

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO  
COORDENADORIA DE ESTÁGIOS

***ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICO-FINANCEIRA  
DE UM ATELIÊ DE ALTA COSTURA***

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE ESTÁGIO

VANILDE PACHECO DE SOUZA JUNIOR

Florianópolis, agosto de 2000.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO  
COORDENADORIA DE ESTÁGIOS

***ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICO FINANCEIRA  
DE UM ATELIÊ DE ALTA COSTURA***

VANILDE PACHECO DE SOUZA JUNIOR

Orientado por:

Prof. PEDRO MOREIRA FILHO

Área de Concentração:

Administração Geral

Florianópolis, agosto de 2000.



Este trabalho de conclusão de estágio foi apresentado e julgado perante a Banca Examinadora que atribuiu a nota \_\_\_\_\_ ao aluno VANILDE PACHECO DE SOUZA JUNIOR na disciplina Estágio Supervisionado Obrigatório - CAD 5401.

Banca Examinadora:

Prof.º: Pedro Moreira Filho

Prof.º: Fernando Ferreira de Mello Júnior

Prof.º: Paulo Cesar da Cunha Maya

E Jesus Disse-lhe:  
Amarás O Senhor teu Deus de todo o teu coração,  
e de toda tua alma, e de todo o teu pensamento  
Mateus, cap.22 vers 37.

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram na minha caminhada durante estes quatro anos e meio de curso de graduação e também na elaboração deste trabalho. De modo especial, expresso meus agradecimentos:

- A Deus, que com certeza sempre esteve ao meu lado todos os dias da minha vida.
- A minha esposa Jesiane, que soube ser compreensiva nos momentos difíceis desta caminhada, a qual muito me ajudou e incentivou, mas em especial pelo amor e pela dedicação.
- Aos Professores: Doutor Pedro Moreira Filho e Doutor Paulo Cesar da Cunha Maya, pela orientação, estímulo e amizade em todos os momentos.
- A minha Mãe, pelo carinho e apoio constante.
- Ao tio Ney, pelos livros emprestados e pelas explicações dadas.
- Aos empresários que com paciência e boa vontade responderam as perguntas da entrevista, em especial a Estilista Nilma.
- Aos colegas da faculdade, que ao longo destes nove semestres, compartilharam junto comigo os momentos de felicidade e expectativa.
- Aos companheiros de classe: Gabi, Dayse, Monique, Gisela, Tatiana, Elaine, Milanka, Margarida, Everton, Aluisio, Rene, que foram super legais comigo durante todo o curso.
- A todos os meus amigos e aos familiares mais próximos, que sempre torceram por mim durante essa caminhada.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. OBJETIVOS	
21 Objetivo Geral	6
22 Objetivo Específicos	6
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	
31 A alta Costura	7
32 Conceito e implemenatação de Projeto	10
33 Estudo de Mercado : Mercado Concorrente, Mercado Consumidor , Mercado Fornecedor	12
34 Engenharia	16
35 Tamanho	18
36 Localização	20
37 Custos e Receitas	22
38 Investimento	23
39 Aspectos Jurídicos e Legais	25
310 Aspectos Administrativos	27
4. METODOLOGIA	28
5. DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO	
51 Estudo do Mercado Concorrente	30
52 Estudo do Mercado Consumidor	84
53 Estudo do Mercado Fornecedor	85
54 Empreendimento Proposto	
541 Caracterização da Organização	86
5411 Objeto Social	86
5412 Forma	86
5413 Localização	87
542 Aspectos Administrativos	87

543 Aspectos Jurídicos e Legais	90
544 Aspectos Mercadológicos	97
5441 Produtos e Preços	97
5442 Justificativa do Nome	99
5443 Justificativa da Localização	99
5444 Logomarca	100
5445 Comercialização	101
5446 Oferta e Demanda	102
5447 Ações de Marketing	102
5448 Vantagens Competitivas	105
545 Aspectos Técnicos	106
5451 Descrição das Máquinas, Equipamentos, Moveis, Utensílios e Matéria Prima.	107
5452 Fluxograma do processo produtivo	113
5453 Lay-Out	115
546 Aspectos Ambientais	116
547 Aspectos Econômicos e Financeiros	117
5471 Investimento Inicial	117
5472 Projeção de Vendas	120
5473 Demonstração Mensal do Resultado Projetado	123
5474 Taxa e Prazo de Retorno do Investimento	123
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	126
8. ANEXOS	
81 Anexo I – Entrevista do Mercado Concorrente	128
82 Anexo II – Modelos fabricados pela Empresa	133

## SINOPSE

Este trabalho se destina a identificação da viabilidade econômica e financeira da implantação de um ateliê de alta costura para atuar na região da grande Florianópolis.

Sua confecção necessitou de levantamento de dados primários e secundários, os quais foram obtidos através de entrevista, além de pesquisa documental. Basicamente, efetuou-se entrevistas junto a empresas de confecção de roupa sob medida que atuam na região da grande Florianópolis.

Através das informações coletadas e, baseado nas referências bibliográficas, foram efetuadas inúmeras análises e considerações, com as quais tornou-se possível alcançar o objetivo inicialmente proposto.

**Palavras chaves:** alta costura, roupas sob medida, prêt-à-porter, moda de rua, qualidade, exclusividade, modelos.

## ABSTRACT

This work is destined the identification of the economical and financial viability of the implantation of a discharge ateliê it sews to act in the area of great Florianópolis.

Your making needed rising of primary and secondary data, which they were obtained through interview, besides documental research.

Basically, he/she occurred interviews close to companies of making of clothes under measure that you/they act in the area of great Florianópolis.

Through the collected information and, based on the bibliographical references, countless analyses and considerations were made, with which he/she became possible to reach the objective initially proposed.

**WORDS KEY:** discharge sews, clothes under measure, prêt-to-porter, street fashion, quality, exclusiveness, models.

## 1 INTRODUÇÃO

O trabalho de estágio proposto neste projeto, à ser executado no primeiro semestre de 2000, será desenvolvido com vistas à analisar a viabilidade econômico-financeira de um ateliê de alta costura para atuar na região da grande Florianópolis.

A microempresa proposta terá como missão a confecção de roupas de alta costura, incluindo roupas para festas, cerimônias, para executivos e outras ocasiões, sejam formais ou informais. Todos feitos sob medida e conforme encomenda.

Os homens de hoje mostram-se cada vez mais preocupados em estar corretamente vestidos, de um jeito moderno e informalmente elegante. As mulheres querem estar mais elegantes, mais bem vestidas e prontas para qualquer situação.

No entanto, quando se fala em proporções, o erro é pensar que só existem duas: altura e peso. Alto ou baixo. Gordo ou Magro. Na verdade, outras armadilhas menos óbvias, mas traiçoeiras, destroem nossa aparência, sem que saibamos por quê. Tronco longo, pernas curtas. Ombros caídos. Quadril longo... Isso só é descoberto por nós quando estamos plantados na frete dos espelhos duplos e ao lado de um profissional de alta costura. O negócio é enfrentar os pesadelos de olhos abertos e aprender a usar roupas e acessórios a nosso favor.

Mas como encontrar roupas exclusivas, sob medida e que definem as formas e detalhes longitudinais, favorecendo até mesmo as gordinhas e gordinhos. Um local que indique e desenhe modelos de roupa, o tipo de tecido



com bom caimento, que alongam a silhueta, disfarcem as medidas extras e garantem conforto e elegância no dia-a-dia.

Se é verdade que no passado a moda era principalmente marca de distinção, hoje também reflete aspectos da vida individual, social, cultural, estética, além de ser um grande negócio. O sucesso é imediato. O estilo como valor agregado ao produto faz seu papel e mostra-se vitorioso.

E porque não juntar este ambiente de expectativas das pessoas em se vestir bem, com o talento e experiência de duas profissionais da alta costura, que tem no sangue a sensibilidade de captar as tendências, com meus conhecimentos adquiridos no curso de administração da UFSC, e nosso espírito empreendedor, tudo isso para abrir um ateliê de alta costura.

É exatamente esse o papel dos criadores de moda, papel agora mais do que nunca reconhecido, pois todas as mídias, em todos os campos, já consideram a moda algo significativo.

Ora, atualmente são criadas milhares de empresas todos os dias. Poucas tem chance de sucesso. A grande maioria não passa da mediocridade, e muitas outras fracassam. A grande diferença entre os empreendimentos de sucesso e os medíocres ou fracassados é justamente a criatividade do empreendedor, é a capacidade que o empreendedor tem de surpreender o cliente com novidades, criando então necessidades.

Os profissionais criativos e que tem a mente aberta à soluções originais, e os que buscam qualidade são aqueles que certamente terão mais chance de conquistar sucesso profissional.

E foi justamente as disciplinas lecionadas durante o curso que nos fez observar e acreditar o quanto é necessário para ter sucesso num investimento a sabedoria de dominar as técnicas de gestão para bem administrar e planejar soluções. Criatividade, ousadia, dedicação, conhecimento, qualidade, planejamento, ética, são características básicas que nós futuros administradores deveremos ter em nossas mentes.

Pelo exposto, e considerando-se a necessidade de um estudo dessa natureza, aproveitando esta oportunidade de negocio, assumindo postura a nova realidade de mercado, ao concorrido e instável ambiente empresarial, e ao aumento do nível de exigência das pessoas como consumidores, propomos o presente trabalho com o objetivo de: **analisar a viabilidade econômico-financeira de um ateliê de alta costura.**

## 2 OBJETIVOS

### **21 Objetivo Geral**

*Analisar a viabilidade econômico-financeira de um ateliê de alta costura.*

### **22 Objetivo Específicos**

- Identificar os mercados: concorrente, consumidor e fornecedor.
- Determinar a localização e a dimensão ideal da estrutura física.
- Definir a estrutura administrativa necessária à atividade de alta costura.
- Calcular custos e receitas oriundos da implantação e posterior funcionamento normal da empresa.
- Identificar os aspectos jurídico-legais relacionados a implantação e estabelecimento de uma micro-empresa na cidade de Florianópolis.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

#### **31 A alta Costura**

A roupa, na maior parte da sua história, seguiu duas linhas distintas de desenvolvimento, resultando em dois tipos contrastantes de vestimenta. A linha divisória mais óbvia aos olhos modernos será entre a vestimenta masculina e a feminina: calças e saias. Mas não é absolutamente verdadeiro que os homens tenham sempre usado roupas bifurcadas e as mulheres não. Os gregos, os escoceses e os romanos usavam túnicas, o que quer dizer, saias. É o que explica LAVER (1989, pg. 1) que “... povos de regiões montanhosas como os escoceses e os gregos modernos usam o que são, na verdade, saias. Mulheres do Extremo Oriente e do Oriente Próximo usavam calças e muitas ainda o fazem. A divisão por sexo acaba não sendo verdadeira”.

Segundo VICENTE-RICARD (1989) “Mesmo nas últimas culturas paleolíticas vivia-se junto às grandes geleiras que cobriam a maior parte do continente. Em tais circunstâncias, o motivo principal para se cobrir o corpo era afastar o frio. O método mais simples de se utilizar o tecido para o que se chama de vestimenta era enrolar um pequeno retângulo de pano em volta de cintura, fazendo assim sarongue, tipo saia. Também eram usados um quadrado de pano enrolado sobre os ombros e atado por broches.”

Partindo do começo da nossa história, onde basicamente vestia-se para se proteger do frio, chegamos ao século XIX, onde surgiu a alta costura. Este reinado de uma nova forma de distinção, coincide com o nascimento da indústria em grande escala e com a ascensão ao poder de uma nova classe dirigente: a

alta burguesia, desejosa de consumir para se fazer notar, e portanto disposta a pagar qualquer preço e a renovar seus trajes com muita frequência.

KALIL (1998, p. 56) conceitua alta costura como: "... criações exclusivas e feitas sob medida por um criador de moda para um cliente especial. Não podem ser plagiadas e estão ao alcance de algumas centenas de celebridade e representantes da elite mundial ". É a alta costura o pico da pirâmide da Moda.

Mas quem foi o criador da alta costura? VICENT-RICARD (1989, p. 56) diz que: "...Worth foi o primeiro a promover o sistema da alta-costura; mas é impossível negar que foi Paul Poiret, seu sucessor, quem alcançou os níveis mais ousados de criatividade e liberou – enfim – o corpo feminino da armadura imposta no século XIX. Graças a esse mágico audacioso, numa única estação caem por terra 60 anos de talhes deformados por crinolinas, armações e espartilhos. Era preciso um extraordinário senso artístico, aliado a uma sensibilidade aberta às mutações da sociedade, a fim de impor uma imagem de mulher sedutora e natural, e não mais abstrata". É a primeira democratização da magia do código da alta-costura. Surge assim um relacionamento que já não é executante e senhor, mas de criador e cliente, e isto permite às linhas da moda a se tornarem bem mais rigorosas e evoluírem com rapidez, ao ritmo das mudanças de estação.

KALIL (1998, p. 18) identifica ainda o meio e a base da pirâmide da alta costura, respectivamente: " .... prêt-a-porter: roupa pronta para vestir, disposta nas vitrines das grandes lojas e das butiques. Em ritmo industrial, muda a cada estação do ano. A moda de rua: a moda do dia-a-dia, que mistura peças diferentes épocas, estações, tendências, e roupas de uso profissional. Múltipla. Fragmentada".

É indiscutível que ainda hoje são os estilistas os verdadeiros criadores e iniciadores de uma determinada corrente da moda. E, todavia, também eles acabam por adaptar-se àquilo que poderemos definir como o espírito do tempo, que domina uma determinada época ou um pequeno período da mesma época. DORFLES(1988, pg. 16) .

Tentar fugir aos ditames da moda vigentes numa dada época é extremamente difícil, e contam-se pelos dedos os casos de pessoas que são capazes de estar totalmente fora de moda. Precisamente porque é difícil escapar a certas constantes fixadas pela moda, num determinado período – quando as saias são mais curtas ou a cintura mais alta, ou os ombros mais largos, ou mais descaídos, ou o decote mais profundo, quando os tecidos são mais espessos ou mais leves – é que será muito difícil, também, que qualquer um (ou melhor, qualquer uma) ouse infringir todos estes ditames e estes tabus.

Uma coisa é certa: o interesse pelo alfabetário da moda – seja ele masculino ou feminino – parece ser indício de uma tomada de consciência, por parte do homem, do significado profundo, ainda que muitas vezes inconsciente, do comportamento em relação ao seu próprio corpo e a tudo que o veste. DORFLES (1988, pg. 93).

LAVER (1989, pg. 262) mostra o que mudou em três décadas de alta costura: "... Para os estilistas de moda da década de 60, o corpo era um veículo para a criação, uma tela humana sobre a qual qualquer humor ou idéia podia ser pintada. As roupas da década de 40 enfatizaram a cintura e o busto, apertando uma e realçando o outro. Na década de 50, os quadris se transformaram no foco erótico através do corte inteligente sobre eles. Mas as roupas da década de 60 estabeleceram uma nova tendência. Duras e geométricas, eram eróticas no

quanto desnudavam o corpo: em meados da década as saias chegaram à altura das coxas, os decotes se aprofundaram, ou as blusas eram transparentes.”

### **32 Conceito e implementação de Projeto**

Pode-se entender projeto como uma estrutura de coleta e processamento de informações, com o objetivo de antecipar (prever) o(s) resultado(s) de determinada(s) alternativa(s) de ação e assim alimentar o processo decisório com subsídios mais concretos, reduzindo o grau de incerteza nele implícito (WOILER e MATHIAS, 1985).

Verifica-se que os gastos com estudo de viabilidade são os menores de todos os custos de investimento. Entretanto, o estudo de viabilidade é de vital importância. WOILER e MATHIAS (1985, p. 34) conceitua projeto como: “ Um projeto pode ser entendido como um conjunto de informações, que são coletadas e processadas, de modo que simulem uma dada alternativa de investimento para testar sua viabilidade.

Projeto pode ter sua conceituação manifestada também da seguinte forma: “um conjunto de informações e estimativas que indicam ou contra-indicam a realização de um empreendimento específico” (SIMONSEN e FLANZER, 1974, p.18).

SIMONSEN e FLANZER (1974), admitem que a atividade de elaboração de projetos geralmente apresenta-se dividida em quatro fases , à saber:

1. Definição do que projetar (origina-se de uma predisposição privada ou governamental);

2. Realização de estudos e anteprojetos preliminares (subsídios para indicação ou contra-indicação à realização do projeto);
3. Elaboração, após aprovação na fase anterior, do projeto final (detalhamento da fase anterior); e
4. Concretização física do empreendimento (materialização conforme o estabelecido nas fases anteriores).

As fases acima apresentadas, permitem a ampla visualização do objetivo de um projeto, facilitando o direcionamento de suas ações, possibilitando maior eficácia na obtenção dos resultados.

Já a fase de implementação do projeto, tem um objetivo fundamental, que é a ligação entre o que foi definido no projeto, e a fase de operação em níveis normais de produção.

SIMONSEN e FLANZER (1974), entendem a implementação como uma fase da engenharia do projeto, e chamam-na de "Programa de trabalho", onde defendem que deve-se estabelecer os passos seqüenciais a serem seguidos para a instalação e início do funcionamento do projeto, e tem como objetivos:

- Identificar os problemas que se apresentarão na etapa de execução, e antecipar possíveis soluções;
- Estabelecer a seqüência de investimentos que servirá para basear o estudo do financiamento do projeto; e
- Determinar o plano preliminar de funcionamento até que seja atingida a capacidade normal.

A execução de um plano se dá através da execução integrada de vários planos. Para executar-se eficazmente um projeto, é necessária a elaboração de um programa detalhado de ação e organização de recursos para seu efetivo cumprimento (SOLOMON, 1969).



Desta forma, torna-se necessário que o projeto tenha definido claramente as condições ideais para sua implementação. Considerando-se que uma opção tenha se mostrado viável, deve-se elaborar um projeto final que será implantado e posto em operação. Vale ressaltar, que o tempo e custo de implantação, assim como os níveis esperados de operação futura, integram-se ao projeto de viabilidade (WOILER e MATHIAS, 1985).

### ***33 Estudo de Mercado: Concorrente, Consumidor, Fornecedor***

A análise do mercado não só é o ponto de partida para a elaboração do projeto como também é um de seus aspectos mais importantes. É do estudo de mercado que são obtidos, entre outros, os seguintes elementos: (WOILER e MATHIAS, 1985, p. 41).

- Através do confronto entre a demanda e a oferta, a provável escassez de demanda futura. Este resultado fornecerá elementos para que seja determinada a escala de produção do projeto.
- A região geográfica em que o produto poderá ser comercializado, que é um dos aspectos importantes para determinar-se a localização do investimento.
- O preço de venda, os custos de comercialização e os estoques nos canais de comercialização, que são elementos importantes para se elaborarem as projeções do projeto.

Uma vez obtida a projeção da oferta, deve-se fazer a comparação entre demanda e oferta, para que se possa avaliar o quanto o mercado está receptivo ao produto que se almeja introduzir. Para esta análise, é necessário que se conheça a estimativa de precisão das projeções, bem como, que se saiba sob

que hipóteses as projeções foram obtidas, para que sua utilização na tomada de decisão seja realmente eficaz.

De acordo com as orientações de WOILER e MATHIAS (1985), a realização de estudo de mercado, proporciona as seguintes informações:

- Avaliar o comportamento futuro da demanda, e assim determinar a escala de produção do projeto;
- A área geográfica onde o produto deve ser comercializado, possibilitando definir fatores locacionais; e
- O preço de venda, os estoques necessário para cada canal, e os respectivos custos de comercialização.

Os autores apontam ainda, outros fatores que tornam o estudo de mercado um dos pontos fundamentais do projeto, são eles:

- Facilidade de comunicação e interdependência que vem caracterizando a economia mundial;
- Processo de acelerado desenvolvimento da economia brasileira; e
- Novas exigências de preço e qualidade na economia nacional, provocada pela abertura para o exterior.

Os autores ressaltam ainda, a importância da execução de projeções para o estudo de mercado, e orientam que as mesmas devem ser obtidas tanto para a oferta quanto para a demanda, e podem ser feitas em função do:

- Prazo: curto, médio e longo prazo;
- Nível de agregação: Projeção macroeconômica e desagregação setorial e
- Critério de projeção: Quantitativos (análise de séries temporais, análise de regressão, modelos econométricos, etc.) e qualitativos (analogia histórica, painel de especialistas, elaboração de cenários, etc.).

Uma visão mais ampla e estratégica pode ser obtida através do que apresenta OLIVEIRA (1995), onde orienta que deve-se fazer uma análise das oportunidades e ameaças que estão no ambiente da empresa, e identificar as melhores maneiras de enfrentar ou aproveitá-las. Esta análise deve englobar: mercado nacional e regional; mercado internacional; evolução tecnológica; fornecedores, aspectos econômicos e financeiros; aspectos sócio-econômicos e culturais; aspectos políticos; entidade de classe; órgãos governamentais; mercado de trabalho; e concorrentes.

Administrar convenientemente a ação da concorrência é um dos grandes desafios dos novos empreendedores. De qualquer forma é graças a atuação da concorrência que uma empresa tende a organizar-se, adaptar-se e até mesmo inovar para poder vencer a batalha de mercado.

Através do que apresenta COSTA (s.d.), pode-se perceber o objetivo de realizar o acompanhamento do mercado concorrente, pois a autora orienta que a empresa deve estar sempre alerta para informar-se sobre as empresas concorrentes, acompanhar a sua evolução e conhecer o máximo sobre seus produtos, métodos de distribuição e ações promocionais.

No balanceamento dos pontos fortes e fracos da empresa versus os da concorrência e na aferição das ameaças e oportunidades recíprocas é que uma organização se supera e até mesmo cresce.

WOILER e MATHIAS (1985), apontam a necessidade de se distinguir a projeção da oferta entre: setores em que não existam economias de escala (sem barreiras à entrada de novas empresas), e setores com grandes economias de escala (extremamente concentrados e com barreiras à entrada).

Quanto ao mercado consumidor, estudamos o comportamento do mesmo, que é influenciado por inúmeras forças (econômicas, psicológicas, sociais), o que o torna profundamente inconstante. Convém ao projeto, acompanhar seus mercados-alvo, de formas a conhecer suas necessidades, expectativas e desejos, e assim classificá-los para melhor adaptar-se as características de cada um. Neste sentido, ganha importância, o acompanhamento de aspectos como mudança no perfil das famílias, alterações na estrutura etária da população, mudanças geográficas da população, no nível de escolaridade, entre outros (COSTA: s.d.).

Para SIMONSEN e FLANZER (1974), alguns tópicos podem contribuir para a obtenção da projeção do consumo de determinado produto ou serviço, são eles:

- o volume de produção do bem ou prestação do serviço;
- as importações do mesmo para a área de estudo;
- o montante de exportações do produto nesta área;
- ocorrência de estoques nas fábricas, intermediários ou consumidores finais;
- o verdadeiro consumo do bem;
- existência de fatores que influenciam a produção (dificuldades com outros fatores produtivos);
- comportamento de outras áreas, que possam atrair a exportação;
- existência de vantagens fiscais para importação ou exportação;
- limitação pelo transporte e movimentação do produto;
- facilidades atuais e futuras oferecidas pelo governo para o setor; e ocorrência de influências que limitam o consumo (ex.: renda dos consumidores).

Já o mercado fornecedor, existe uma forte dependência que as empresas tem das organizações e pessoas físicas que fornecem os recursos para suas operações (COSTA: s.d.). A autora sustenta que, questões como escassez física de matéria-prima, entregas irregulares ou com atraso, greves de trabalhadores, consistência dos fornecedores, entre outras, podem causar sérios desequilíbrios para a operação normal da empresa.

SIMONSEN e FLANZER (1974), observam a existência de determinados processos produtivos, cujos recursos naturais envolvidos são caracteristicamente imóveis, (extrativismo mineral), que localizam suas unidades produtivas, em função das matérias-primas. Segundo os autores, a perecibilidade de certos materiais envolvidos, também agem como orientador da localização da produção para os mercados fornecedores.

### **34 Engenharia**

O estudo de engenharia objetiva especificar tecnicamente os elementos que compõem o sistema de produção e suas inter-relações, de forma a permitir a montagem e o funcionamento da unidade produtiva. HOLANDA (1975, p. 154) divide os fatores à serem considerados no estudo de engenharia em duas classes:

- Fatores Fixos (Instalações físicas, equipamentos, etc.) e insumos necessários; e
- Fatores variáveis (materiais, materiais secundários, mão-de-obra, etc.), além da identificação do índice de rendimento dos mesmos.

HOLANDA (1968), defende que os projetos, no que tange a engenharia, obedecem à seguinte seqüência:

a) Fase de estudos

- 1 - Estudos preliminares;
- 2 - Projeto; e
- 3 - Projetos complementares;

b) Fase de Montagem: consiste na realização do que foi definido na fase anterior, e se encontra dividida em

- 1 - contratação geral das obras;
- 2 - montagem dos equipamentos; e
- 3 - controle dos contratos, testes de funcionamentos, etc. (1975).

O processo produtivo de uma empresa deve ser apresentado por um fluxograma, que segundo HOLANDA (1975, p. 156) " ... um fluxograma corresponde a uma representação gráfica do fluxo de materiais e da sequência do processo produtivo, em suas diversas etapas, desde o suprimento das matérias-primas e insumos diversos até sua transformação intermediária ou final"

Com a seleção do processo produtivo e dos equipamentos define-se o lay out ou a distribuição dos equipamentos na empresa, para isto se faz necessário um conceito de lay out. MACHLINE(1971, p.383), conceitua layout como sendo:

*"(...) a posição relativa dos departamentos, seções ou escritórios dentro do conjunto de uma fábrica, oficina ou área de trabalho; das máquinas, dos pontos de armazenamento e do trabalho manual ou intelectual dentro de cada departamento ou seção; dos meios de suprimento e acesso às áreas de armazenamento e de serviços, tudo relacionado dentro do fluxo do trabalho".*

MIRANDA(1985, p.200) define que:

*"O objetivo básico do layout é, pois, a boa disposição dos instrumentos de trabalho para que se possa dar o pleno desenvolvimento do sistema de produção satisfazendo-os requisitos de total uso da capacidade do equipamento e o máximo do rendimento do pessoal e, portanto, obtendo-se maior economia e produtividade(...)"*

Como subdivisão do requisito engenharia, temos os fatores técnicos, que pode ser entendido como o conjunto de considerações concernentes à seleção entre os processos de produção disponíveis, à engenharia do projeto, ao arranjo físico dos equipamentos, etc.

Para WOILER e MATHIAS (1985), este item torna-se fundamental para projetos cujas tecnologias envolvidas, encontram-se em fase de desenvolvimento, e propensas a mudanças, situação em que aconselham complementar o estudo do projeto, com análises de avaliação e previsão tecnológica, para que se torne possível selecionar a melhor opção.

A seleção das tecnologias deve considerar:

- A natureza da técnica requerida;
- Fontes de tecnologia;
- Modo de aquisição; e
- Custo

A consideração destes aspectos, visa proporcionar maior eficiência ao processo de seleção de tecnologias, e desta forma, maiores vantagens para a empresa para o curto ou longo prazo.

### **35 Tamanho**

A definição do tamanho de uma empresa, está diretamente relacionada com a capacidade produtiva, considerando seu funcionamento normal, em um dado período de tempo.

O tamanho de uma empresa, pode ser expresso das seguintes formas:

- ⇒ em função dos bens produzidos, seja em unidades ou valores;

- ⇒ em quantidade de matéria-prima utilizada;
- ⇒ número de empregados ou operários;
- ⇒ montante do investimento total;
- ⇒ unidades especiais (comuns à categorias específicas de empresa);

Para HOLANDA (1975), o alcance da solução ótima pode ser obtido através do tamanho que proporcione resultados mais favoráveis para o projeto, em seu conjunto, podendo se manifestar em função da rentabilidade, ou do custo unitário mais baixo.

A luz do que apresenta AMERENO (1977), o objetivo a ser alcançado pela empresa é que define o critério para a determinação do tamanho teórico ótimo, podendo ser:

- Maximização da taxa de lucratividade - Seleção do tamanho que apresenta máximo lucro relativo previsto sobre investimento realizado, onde o investimento caracteriza o tamanho procurado. Este critério apresenta como desvantagem a imprecisão na previsão do lucro;

- Minimização do custo total unitário - Neste caso o tamanho ótimo é aquele que comporte a escala de produção que apresente menor custo total unitário;

- Maior investimento (maior tamanho), mantido um lucro mínimo - é o caso em que a empresa visa o crescimento de sua estrutura, desde que garantida uma taxa de retorno mínima, previamente definida.

WOILER e MATHIAS (1985), sustentam que as decisões sobre tamanho, tem importantes influências sobre a capacidade futura de competição, e apresentam como definição de tamanho da fábrica, a capacidade de geração de



bens ou serviços que pode ser atingida pela mesma, considerando seu funcionamento durante um período de tempo normal.

### **36 Localização**

Além de decidir sobre o que, como e quando produzir, o empresário se defronta, também, com o problema de onde produzir. Introduz-se, assim, no processo decisório, a variável distância e a análise dos fatores que condicionam a distribuição espacial da atividade econômica.

Uma boa localização é aquela que proporciona maior diferença entre receitas e custos, ou que a operação da empresa seja realizada com custos mínimos a curto e/ou longo prazo, devendo sua determinação, ser obtida através de um processo de aproximações sucessivas.

HOLANDA (1975, p. 197) define que " A localização ótima é aquela que assegura a maior diferença entre custos e benefícios, privados e sociais. Vale dizer, a melhor localização é a que permite obter a mais alta taxa de rentabilidade (critério privado) ou o custo unitário (critério social)".

Ao longo do tempo, o problema de localização pode refletir-se em questões como:

- Expandir o que existe e/ou subcontratar;
- Reter a fábrica atual e implantar outra; e
- Relocalizar a fábrica atual (WOILER e MATHIAS, 1985).

Ainda dentro da linha de raciocínio de WOILER e MATHIAS (1985), no que tange a localização, os custos relacionados a implantação de determinado processo, estão diretamente ligados a cada etapa da operação:

- Entrada (custos de aquisição) - compra e/ou transporte de matérias-primas, energia, mão-de-obra, etc.;
- Saídas (custos de distribuição) - dizem respeito a distribuição dos bens/serviços aos mercados consumidores;
- Processo (custos de transformação) - ligados diretamente à localização, e com conseqüente reflexo nos gastos de capital e nos custos de operação, dizem respeito ao investimento necessário para a instalação do processo em determinado local.

Os principais fatores que influenciam na efetiva localização de um projeto, segundo, são:

- ◆ custo de transporte de materiais;
- ◆ custo de transporte de produtos;
- ◆ custo de mão-de-obra;
- ◆ disponibilidade de insumos (água, clima, terra, serviços);
- ◆ localização da concorrência;
- ◆ economia de escala;
- ◆ localização de empresas vinculadas;
- ◆ recursos de capital e de créditos; e
- ◆ incentivos governamentais. (SIMONSEN e FLANZER, 1974)

Pode-se entender que a análise destes fatores, permite ao projeto definir uma localização que proporcione maiores vantagens em sua operação, ou reduzir possíveis desvantagens inevitáveis. Com isto, aumenta-se a capacidade competitiva em relação a concorrência, aumentando a probabilidade de sucesso em seu desenvolvimento.

### **37 Custos e Receitas**

Dentre as diferentes partes que integram qualquer projeto, o orçamento de custos e receitas é, sem dúvida, uma das mais importantes. Todos os elementos básicos do projeto - mercado, engenharia, localização, finanças, etc. - aí estão homogeneizados, em termos financeiros, e sintetizados, de forma adequada, para uma avaliação das repercussões econômicas do investimento que se pretende realizar.

Com efeito, a preparação desse orçamento permite-nos estimar:

- a) a rentabilidade do projeto ;
- b) o seu ponto de nivelção ;
- c) a importância relativa dos diferentes itens de custos, o que pode influenciar as decisões relativas a tamanho, localização e financiamento;
- d) a contribuição do projeto para o aumento de renda nacional em termos do valor agregado bruto por ele gerado - o que é básico para avaliação macroeconômica. (HOLANDA, 1975 p. 223)

WOILER e MATHIAS (1985), defendem que a projeção das receitas, ocorre em primeira análise, do estudo do mercado, onde através das projeções de venda, serão determinadas as quantidades e o preço do produto. Desta forma, quando o produto à ser produzido já existe no mercado, pode-se utilizar como base, os preços praticados pela concorrência.

Sobre custos, SIMONSEN e FLANZER (1974), afirmam que o objetivo é um estudo da dinâmica de comportamento dos custos e benefícios provenientes da atividade da empresa, e origina-se da necessidade de todo o administrador de tornar suas operações o mais rentáveis possível, durante longos períodos para a análise de custos e receitas.

Os critérios para fixação de preços segundo WOILER e MATHIAS (1985), são, entre outros, os seguintes:

- Custo mais uma porcentagem - ao custo de produção, é acrescida uma porcentagem prefixada, resultando no preço de vendas;
- Orçamento de vendas - fixação de preços em função das estratégias contidas no orçamento de vendas;
- Fixação do preço em função do projeto do produto - o preço é fixado quando da fase de projeto do produto, onde define-se características como a faixa de mercado alvo, o refinamento (estilo), o padrão de qualidade, etc. Restando ao estudo de viabilidade, a análise da possibilidade de produção e de rentabilidade, considerando aquelas características.

### **38 Investimento**

Esse estudo é de grande importância no conjunto dos elementos necessários à elaboração e avaliação do projeto, pois em função da estimativa dos investimentos é que serão estruturados os esquemas de financiamento do projeto e, em consequências, avaliados seus custos de capital, a sua rentabilidade. HÓLANDA (1975, p. 259) diz que: " O estudo do investimento de um projeto tem por objetivo estimar o total de recursos de capital que serão necessário para sua realização. Podemos definir investimento como qualquer aplicação de recursos de capital com vistas à obtenção de um fluxo de benefícios, ao longo de determinado período futuro."

WOILER e MATHIAS (1985, p. 156), registram a dificuldade da determinação precisa de alguns valores do projeto, e ressaltam a importância do controle permanente da qualidade dos dados, apresentando como principais fontes de informação para os levantamentos, as seguintes:

a) Experiência passada: utilização dos dados históricos da empresa (quando o projeto se assemelha aos processos já operados por ela), ou de empresas do mesmo ramo (quando não há semelhança entre o projeto e os processos operados pela empresa).

b) Valores informados pelos fornecedores: estimativa através de consulta com os fornecedores dos valores de equipamentos, construção civil, etc. Além de valores, deve-se coletar dados como, prazo de entrega, garantias de funcionamento, validade da proposta, condições de pagamento, etc.

c) Uso de consultores especializados: um relatório dado por uma empresa de consultoria de reconhecida reputação, pode ser importante para os órgãos que irão financiar o projeto, assim como se fosse uma auditoria técnica ao projeto.

Os recursos necessários para um projeto podem ser classificados em dois grandes grupos:

a) recursos necessários à instalação do projeto (capital fixo ou imobilizado); e

b) recursos necessários para o funcionamento propriamente dito (capital de trabalho e circulante), (SIMONSEN e FLANZER, 1974).

### **39 Aspectos Jurídicos e Legais**

Aspectos jurídicos manifestam-se de forma indireta ao projeto, quando da determinação da forma societária da empresa (tipo, sócios, participação acionária de cada um), e de forma mais direta, quando da assinatura de contratos (fornecimento de matérias-primas, *leasing*, seguros, etc.). Já os aspectos legais, dizem respeito as exigências legais e/ou incentivos fornecidos pelos governos federal, estadual e municipal (impostos, incentivos fiscais, investimentos em setores específicos, exportação, de favorecimento à instalação de indústrias em estados e municípios, etc.), ( WOILER e MATHIAS, 1985).

SIMONSEN e FLANZER (1974), apontam os seguintes itens à serem levantados, quando se trabalha o aspecto jurídico do projeto:

- Pessoa jurídica responsável pelo projeto (contrato social, estatutos, Objetivo social, sede, foro, etc.);
- Autorização para funcionamento, em caso de atividade controlada por regulamentação específica;
- Contratos atuais, ou a serem efetivados;
- Bens e haveres compromissados;
- Garantias reais a serem oferecidas a financiadores; e
- Vínculos de cunho jurídico, mantidos com outras organizações.

Pode-se entender que a atividade empresarial, classifica-se de acordo com os seus integrantes, em: firma individual onde uma só pessoa possui e controla o negócio (direito exercido diretamente) ou, Sociedade onde mais de uma pessoa e capital formam uma entidade de existência autônoma (direito exercido indiretamente, através de contrato).

A firma individual não possui personalidade jurídica própria, ficando a mesma vinculada à pessoa do titular. Desta forma, é a personalidade do comerciante que adquire direitos e obrigações oriundas do negócio, incluindo-se aí, o patrimônio pessoal, não aplicado no negócio.

Segundo CHIAVENATO (1995), a firma individual, apresenta uma série de vantagens e desvantagens, que são abaixo relacionadas:

Vantagens :

- o proprietário é o único patrão;
- o lucro assim como o risco, são integralmente assumidos pelo proprietário;
- reduzidos custos operacionais; e
- economias de cunho fiscal.

Desvantagens

- não há limite de responsabilidade;
- capital limitado; e
- exige que proprietário atue em várias funções do negócio.

Já nas firmas coletivas, os integrantes assumem os direitos e obrigações de forma indireta, por intermédio de contrato, isto porque possuem personalidade jurídica própria, isolando-se das pessoas físicas dos sócios. (SIMONSEN e FLANZER, 1974).

## **10 Aspectos Administrativos**

Aspectos administrativos constituem a estrutura organizacional necessária à implantação e operação do projeto, momento em que recebe especial importância o treinamento das pessoas que irão participar da implantação e operação do mesmo (WOILER e MATHIAS, 1985).

À luz do que apresentam SIMONSEN e FLANZER (1974), para a estruturação de projetos, no que tange aos aspectos administrativos, analisa-se comumente os seguintes fatores:

- Estrutura geral da administração da empresa (níveis hierárquicos, atribuições dos níveis, organograma funcional);
- *Currículum Vitarum* dos principais Administradores da Empresa; e
- Referências sobre a atuação da empresa.

Além destes, pode-se relacionar os seguintes itens, como integrantes da estrutura administrativa da empresa:

- ♦ Ordenados e salários (inclusive benefícios e contribuições);
- ♦ Materiais de escritório;
- ♦ Utilidades em geral;
- ♦ Comunicação;
- ♦ Aluguéis;
- ♦ Seguros e impostos de propriedade.



#### 4 METODOLOGIA

O desenvolvimento deste trabalho é, em primeira análise, essencialmente pesquisa, pois trata-se de um estudo de viabilidade econômico-financeira, e “quando surge a idéia (ou a oportunidade) de investir, começa o processo de coleta e processamento de informações que, devidamente analisadas, permitirão testar a sua viabilidade” (WOILER e MATHIAS, 1985, p. 27).

Para a resolução clara e organizada dos problemas levantados no projeto, tornou-se necessária a utilização de métodos científicos no sentido de se chegar a informações úteis aplicadas na solução destas questões. A determinação da metodologia de pesquisa a ser seguida aconteceu com a identificação da fonte de dados.

A coleta de dados, como orienta MATTAR (1994), foi dividida em função das fontes de dados:

- a) fontes primárias: são as fontes de dados brutos ou, que nunca foram coletados e analisados. Nesta etapa, efetuou-se pesquisa de campo, aplicada diretamente com os consumidores, bancos de fomento, concorrentes e fornecedores, e se desenvolveu por intermédio dos seguintes instrumentos: através de observação pessoal e entrevistas estruturadas com perguntas abertas.
- b) fontes secundárias: são as fontes que possuem dados que já foram coletados, e analisados (informação). Para esta etapa, foram feitas consultas a órgãos detentores destas informações, como: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Ação Júnior - Empresa de Consultoria dos Alunos da UFSC, Serviço de Apoio à Micro e Pequena

Empresa de SC - SEBRAE, Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC, Prefeituras Municipais dos Municípios da região da Grande Florianópolis, Junta Comercial, entre outros. Esta consulta se desenvolveu através de levantamentos bibliográficos, levantamentos documentais, estatísticas publicadas, etc.

Desta forma, entendeu-se como o mais adequado aos objetivos do trabalho o método de estudo do tipo exploratório e descritivo. O caráter exploratório do estudo justifica-se pois, conforme MATTAR (1994, p. 82) “seus propósitos imediatos são os de ganhar maior conhecimento sobre um tema...”, e isto foi consagrado pela pesquisa.

Já o caráter descritivo foi observado através do que apresentam CERVO e BERVIAN, (1983 p. 55) ao afirmar que “a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Estuda fatos e fenômenos do mundo físico e especialmente do mundo humano, sem a interferência do pesquisador”.

GIL (1991, p. 43) parte do princípio que “o objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”. A pesquisa exploratória para este autor tem como finalidade de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias sobre determinado assunto ou situação, enquanto que a pesquisa descritiva visa descrever características de uma determinada população ou de um fenômeno, ou estabelecer relações entre variáveis.

Após verificar a fonte de coleta de dados e o método de estudo aplicado, para fins deste estudo, consideramos que o trabalho se restringe ao tempo e a oportunidade.

## **5 DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO**

### **51 Estudo do Mercado Concorrente**

O estudo do mercado concorrente iniciou com a definição dos assuntos que necessitavam ser identificados e esclarecidos em relação à atividade de alta costura, dos quais foram extraídas perguntas que resultaram no roteiro para aplicação de entrevista, constante do Anexo I. Feito isto, objetivou-se a identificação das empresas de alta costura com sede na região da Grande-Florianópolis. Buscou-se tal informação na Junta Comercial de Florianópolis, consultas na internet no site [www.telesc.com.br](http://www.telesc.com.br), na lista telefonica 2000 nº 53 da Grande Florianópolis.

Considerou-se como concorrentes todas as pessoas que fabricam roupas, na sua própria casa, informalmente, até empresas estabelecidas, além das lojas de vestuário em geral, que vendem o produto acabado.

É inviável identificar os concorrentes que trabalham informalmente, no entanto os concorrentes neste ramo específico de atividade que se apresentam com forma jurídica constituída dentro da cidade de Florianópolis são:

- **Mary Atelier Costura** – Rua Conselheiro Mafra 220 S 302 Centro – Florianópolis - Telefone: 048 223 4254

Entrevistado: Maurina Soares Khun – Proprietária e Costureira.

Classificação: Ateliê de Costura

Tempo de Operação: 10 anos

Número de Funcionários: 03 funcionárias , sendo duas costureiras e uma auxiliar de costura.

Clientes: A maioria da Grande Florianópolis.

Frequência de procura: semanal, mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	40,00
Saia curta sem forro	40,00
Saia longa com forro	40,00
Saia longa sem forro	40,00
Vestido reto	100,00
Vestido longo	120,00
Vestido para festa	130,00
Camisola	60,00
Calça feminina	45,00
Calça masculina	50,00
Blazer feminino	65,00
Blazer masculino	80,00

Camisa feminina	45,00
Camisa masculina	50,00
Sobretudo	90,00
Bermuda (modelo calça)	50,00
Vestido de Noiva Tradicional	350,00

Obs: estes preços são aplicados para a mão-de-obra e aviamentos, o clientes trazem o tecido necessário a fabricação do modelo.

Tipos de roupas mais fabricados: Blazer feminino e vestidos para festa.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área, modelos já desenhados.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Novembro, Dezembro, Janeiro.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação) . Existe uma preocupação com a qualidade dos serviços/produtos para a satisfação do cliente.

Equipamentos: uma máquina overlock, duas maquinas retas, uma máquina para acabamento e uma máquina de forrar botões.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não dispõe de tempo para o mesmo. Porém, demonstra vontade de fazê-lo.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos nas Lojas do Mercado Público de Florianópolis.

Pontos Fortes: Qualidade dos produtos/serviços prestados e 10 anos de operação. Uma boa estrutura para recepção dos clientes, tornando o ambiente agradável.

Pontos Fracos: Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação.

- **Atelier de Costura Gina Salles** - Rua José Boiteux, 134 – Centro – Florianópolis - Telefone - 322 0521

Entrevistado: Parbina Nair Salles – Proprietária e Costureira.

Classificação: Ateliê de Costura.

Tempo de Operação: 8 anos.

Número de Funcionários: 02 funcionárias, sendo 02 costureiras.

Clientes: A maioria da Grande Florianópolis.

Frequência de procura: mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	20,00
Saia curta sem forro	15,00
Saia longa com forro	25,00
Saia longa sem forro	20,00
Vestido reto	40,00
Vestido longo	60,00

Vestido para festa	120,00
Calça feminina	25,00
Calça masculina	35,00
Blazer feminino	45,00
Camisa feminina	25,00
Camisa masculina	30,00
Sobretudo (casacão comprido)	55,00
Bermuda (modelo calça)	35,00
Vestido de Noiva Tradicional	220,00

Obs: estes preços são aplicados para a mão-de-obra e aviamentos, o clientes trazem o tecido necessário a fabricação do modelo.

Tipos de roupas mais fabricados: Blazer feminino e vestidos para festa.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área, modelos já desenhados.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Novembro, Dezembro, Janeiro.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação) .

Equipamentos: uma máquina overlock, duas maquinas retas, uma máquina para acabamento e uma máquina de forrar botões.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não

dispõe de tempo para o mesmo. Apenas, às vezes, anota algo num caderno.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos nas Lojas do Mercado Público de Florianópolis, principalmente na Loja Vera Cruz.

Pontos Fortes: Qualidade dos produtos/serviços prestados e 08 anos de operação.

Pontos Fracos: Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação.

- **Atelier de Costura Marycarla** - Rua Saldanha Marinho, 53 / Sala 102 – Centro – Florianópolis. Telefone: 224 4804 .

Entrevistado: Carla de Souza – Proprietária e Costureira.

Classificação: Ateliê de Costura.

Tempo de Operação: 3 anos.

Número de Funcionários: 01 funcionário, sendo auxiliar de costura.

Clientes: A maioria da Grande Florianópolis.

Frequência de procura: mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	30,00
Saia curta sem forro	20,00
Saia longa com forro	30,00
Saia longa sem forro	20,00



Vestido reto (sem forro)	25,00
Vestido longo	35,00
Vestido para festa	90,00
Calça feminina	35,00
Calça masculina	45,00
Blazer feminino	60,00
Blazer masculino	70,00
Camisa feminina	30,00
Camisa masculina	30,00
Sobretudo (casacão comprido)	100,00
Bermuda (modelo calça)	35,00
Vestido de Noiva Tradicional (para aluguel)	300,00

Tipos de roupas mais fabricados: Blazer feminino e vestidos para festa.

Maneira que cliente informa o modelo: Modelos já desenhados.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Maio, Setembro, Novembro, Dezembro, Janeiro. (época de formatura, Natal, Reveion)

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação).

Equipamentos: uma máquina overlock, uma maquina reta.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não

dispõe de tempo para o mesmo. Apenas, às vezes, anota algo num caderno.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: A empresa não fornece aviamentos, portanto, não compra matéria prima para confecção do modelo.

Pontos Fortes: Qualidade dos produtos/serviços prestados e 03 anos de operação.

Pontos Fracos: Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação. As clientes são atendidas junto ao processo produtivo, não permitindo um ambiente agradável. O fato da própria cliente ter que comprar os aviamentos é considerado um ponto fraco, pois muitas não querem perder tempo com este tipo de pesquisa.

- **Atelier de Costura Malise Wiebusch** – Rua Emilio Blum, 299 Terreo, Centro – Florianópolis – Telefone 222 6645.

Entrevistado: Malise – Proprietária e Costureira.

Classificação: Ateliê de Costura

Tempo de Operação: 04 anos

Número de Funcionários: 02 funcionárias , sendo uma costureira e uma auxiliar de costura.

Clientes: A maioria da Grande Florianópolis.

Frequência de procura: semanal, mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	20,00
Saia curta sem forro	18,00
Saia longa com forro	30,00
Saia longa sem forro	30,00
Vestido reto	30,00
Vestido longo	35,00
Vestido para festa	60,00
Camisola	25,00
Calça feminina	25,00
Calça masculina	30,00
Blazer feminino	45,00
Blazer masculino	65,00
Camisa feminina	25,00
Camisa masculina	25,00
Sobretudo	60,00
Bermuda (modelo calça)	25,00
Vestido de Noiva Tradicional	80,00

Obs: estes preços são aplicados para a mão-de-obra e aviamentos, o clientes trazem o tecido necessário a fabricação do modelo.

Tipos de roupas mais fabricados: Blazer feminino.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área, modelos já desenhados, ou modelos de vitrines.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Novembro, Dezembro, Janeiro. Com aumento de 40 % na procura por roupas sob medida.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação) . Existe uma preocupação com a qualidade dos serviços/produtos para a satisfação do cliente.

Equipamentos: duas máquinas overlock, três máquinas retas, uma máquina para acabamento e uma máquina de forrar botões.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não dispõe de tempo para o mesmo. Porém, demonstra vontade de fazê-lo.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos nas Lojas do Mercado Público de Florianópolis. Principalmente na loja Vera Cruz.

Pontos Fortes: Qualidade dos produtos/serviços prestados e 04 anos de operação.

Pontos Fracos: Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação. A recepção ao cliente não condiz, pois este é atendido junto ao processo produtivo. A empresa necessita de uma melhora no seu lay-out.

- **Alge Oficina de Costura** - Av Hercilio Luz 1431 Centro – Florianópolis.

Telefone : 048 322 0945

Entrevistado: Alzira Elsa Martins – Sócia e Costureira.

Classificação: Ateliê de Costura e Reformas em Geral.

Tempo de Operação: 07 anos

Número de Funcionários: A empresa não tem funcionários, são sete sócios que trabalham e dividem o lucro.

Clientes: Da Grande Florianópolis, de todas regiões, inclusive exterior.

Frequência de procura: semanal, mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	13,00
Saia curta sem forro	13,00
Saia longa com forro	13,00
Saia longa sem forro	13,00
Vestido reto	27,00
Vestido longo	50,00
Vestido para festa	120,00
Camisola	40,00
Calça feminina	20,00
Calça masculina	20,00
Blazer feminino	40,00
Blazer masculino	50,00

Camisa feminina	17,00
Camisa masculina	17,00
Sobretudo	80,00
Bermuda (modelo calça)	20,00

Obs: estes preços são aplicados para a mão-de-obra e aviamentos, o clientes trazem o tecido necessário a fabricação do modelo.

Tipos de roupas mais fabricados: As reformas é o forte da empresa.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área, modelos já desenhados, pedem sugestão.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Durante todo ano a procura é grande.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação) .

Equipamentos: uma máquina overlock, uma maquina reta, três máquinas para acabamento e uma máquina de forrar botões.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não dispõe de tempo para o mesmo. Porém, demonstra vontade de fazê-lo.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos nas Lojas do Mercado Público de Florianópolis. Principalmente na loja Vera Cruz.

Pontos Fortes: doze anos de operação com preços baixos, atendendo uma clientela não tão exigente.

Pontos Fracos: Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação. A recepção ao cliente não

condiz, pois este é atendido junto ao processo produtivo. A empresa necessita de uma melhora no seu lay-out o mais breve possível. A pessoa a quem entrevistei reconheceu o fato, e comentou que ainda não arrumou suas instalações para não parar de trabalhar.

- **Romão Atelier de Costura** – Rua Pascoal Simone, 570 – Coqueiros – Florianópolis. Telefone: 048 248 6197.

Entrevistado: Romão – Proprietário e Costureiro.

Classificação: Ateliê de Alta Costura.

Tempo de Operação: 12 anos

Número de Funcionários: cinco funcionários, sendo três costureiras, uma auxiliar de costura e uma bordadeira.

Clientes: Grande Florianópolis, de todas regiões. Cliente potenciais são da cidade de Brusque.

Frequência de procura: Geralmente em época de festa.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Vestido longo	350,00 a 800,00
Vestido para festa	350,00 a 800,00
Blazer feminino para festa	180,00
Blazer masculino	220,00
Vestido de Noiva	1200,00 a 2000,00

Obs: estes preços são aplicados para a roupa pronta, incluindo tecido e aviamento.

Tipos de roupas mais fabricados: Roupas de gala.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Em época de Festas da Sociedade, bailes de debutantes e, em época de formatura.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação).

Equipamentos: uma máquina overlock, uma máquina reta, três máquinas para acabamento e uma máquina de forrar botões.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não dispõe de tempo para o mesmo. Porém, demonstra vontade de fazê-lo.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos em lojas de aviamentos e na empresa Côtesias, que vende tecidos de qualidade.

Pontos Fortes: comodidade para o cliente que não compra o tecido, apenas escolhe o modelo desejado. O lay-out da empresa é bem estruturado e condiz com a realidade de uma boa impressão para quem chega. Doze anos de operação, atendendo uma clientela exigente, que buscam qualidade e adquirem seus produtos por causa do reconhecimento do mercado. Nas palavras do Senhor Romão: "Eu costuro para a Nata da Sociedade".

Pontos Fracos: A sazonalidade é um ponto fraco. Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação.



- **Gessony Alta Costura** - R Irmaos Vieira 46 Campinas – São José.  
Telefone : 048 241 8010 .

Entrevistado: Marlei Fatima Pawlick – Sócia Gerente.

Classificação: Ateliê de Alta Costura.

Tempo de Operação: 20 anos

Número de Funcionários: doze funcionários.

Clientes: da Grande Florianópolis, de todo Estado e fora do Estado.

Frequência de procura: Geralmente em época de festa, quatro vezes ao ano.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Vestido longo	700,00 a 1000,00
Vestido para festa	700,00 a 1000,00
Calça e casaco (conjunto)	500,00 a 700,00
Vestido de Noiva	1800,00 a 3000,00

Obs: estes preços são aplicados para a roupa pronta, incluindo tecido e aviamento.

Tipos de roupas mais fabricados: Roupas de gala, para festas.

Maneira que cliente informa o modelo: Principalmente indicações do Estilista da empresa e, revistas da área.

Estilista: A empresa possui um estilista que desenha os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Em época de Festas da Sociedade, baillhes de debutantes e, em época de formatura.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação) .

Equipamentos: uma máquina overlock, dez máquinas retas, e uma máquina de forrar botões.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Na empresa Cotesias, que vende tecidos de qualidade. E os aviamentos são adquiridos em lojas de aviamentos da Capital.

Pontos Fortes: comodidade para o cliente que não compra o tecido, apenas escolhe o modelo desejado. O lay-out da empresa é bem estruturado e condiz com a seriedade de uma boa impressão para quem chega. Vinte anos de operação, atendendo uma clientela exigente, que buscam qualidade e adquirem seus produtos por causa do reconhecimento do mercado. Me chamou atenção na recepção o ambiente, com música clássica e, o fato do Senhor Gessony publicar seu trabalho pelo ateliê com quadros de suas obras. De todas as empresas deste ramo visitada pelo aluno, esta na minha concepção é a mais organizada e forte da nossa região.

Pontos Fracos: A sazonalidade é um ponto fraco. Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação.

- **Ma Cherie Maison Atelier Roupas Sob Medi** - Av Pref Osmar Cunha 15 Bl B S 808 Centro – Florianópolis. Telefone: 048 222 5107 .

A proprietária do Ateliê, que trabalha sozinha, não se mostrou interessada em responder as questões.

- **Ateliê Costura No de Seda - R Trajano 265 S 1105 Centro**  
Florianópolis. Telefone: -048 222 2323

Entrevistado: Izalra Melentina Leal – Proprietária e Costureira.

Classificação: Ateliê de Costura

Tempo de Operação: 08 anos

Número de Funcionários: A proprietária trabalha sozinha.

Clientes: A maioria da Grande Florianópolis.

Frequência de procura: mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	25,00
Saia curta sem forro	20,00
Saia longa com forro	35,00
Saia longa sem forro	30,00
Vestido reto	35,00
Vestido longo	70,00
Vestido para festa	110,00
Camisola	30,00
Calça feminina	30,00
Calça masculina	35,00
Blazer feminino	70,00
Camisa feminina	25,00

Camisa masculina	25,00
Sobretudo	90,00
Bermuda (modelo calça)	25,00

Obs: estes preços são aplicados para a mão-de-obra e aviamentos, o clientes trazem o tecido necessário a fabricação do modelo.

Tipos de roupas mais fabricados: Blazer feminino, saias, calça e vestidos para festa.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área, modelos já desenhados.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Início de inverno e verão.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação). Existe uma preocupação com a qualidade dos serviços/produtos para a satisfação do cliente.

Equipamentos: uma máquina overlock, duas máquinas retas, uma interlock, uma máquina para acabamento, uma máquina de forrar botões e uma máquina de cobertura.

Informática: A empresa não utiliza este recurso. A proprietária tem apenas micro-computador em sua residência.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não dispõe de tempo para o mesmo. Porém, demonstra vontade de fazê-lo.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos nas Lojas do Mercado Público de Florianópolis. Nas empresas Luciana aviamentos, Vera aviamentos, e Achar aviamentos.

Pontos Fortes: Qualidade dos produtos/serviços prestados e 08 anos de operação. Uma boa estrutura para recepção dos clientes, tornando o ambiente agradável.

Pontos Fracos: Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação.

- **Atelier de Costura Edite** – Rua Lauro Linhares, 1079 sala 15 – Trindade – Florianópolis. Telefone: 233 0447

Entrevistado: Edite da Costa – Proprietária e Costureira.

Classificação: Ateliê de Costura

Tempo de Operação: 03 anos

Número de Funcionários: A proprietária trabalha sozinha.

Clientes: A maioria de Florianópolis.

Frequência de procura: mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	15,00
Saia curta sem forro	12,00
Saia longa com forro	15,00 a 20,00
Saia longa sem forro	15,00
Vestido reto	20,00
Vestido longo	30,00 a 35,00

Vestido para festa	50,00 a 60,00
Camisola	15,00
Calça feminina	25,00
Calça masculina	30,00
Blazer feminino	50,00
Camisa feminina	18,00
Camisa masculina	18,00
Sobretudo	35,00
Bermuda (modelo calça)	15,00

Obs: estes preços são aplicados para a mão-de-obra e aviamentos, os clientes trazem o tecido necessário a fabricação do modelo.

Tipos de roupas mais fabricados: Vestidos, calça.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área, modelos já desenhados.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Início de verão.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação) .

Equipamentos: uma máquina overlock, uma máquina para acabamento.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não dispõe de tempo para o mesmo.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos nas Lojas do Mercado Público de Florianópolis. Nas empresas Luciana aviamentos, Vera aviamentos, e Achar aviamentos. E, principalmente numa lojinha próximo ao Comper da Trindade.

Pontos Fortes: 03 anos no Mercado, já tem seus clientes.

Pontos Fracos: Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação. O lay-out não satisfaz as necessidades da empresa, pois a sala é muito pequena. As clientes são atendidas junto ao processo produtivo.

- **Ninevi Alta Costura** – Av. Gov. Jorge Lacerda, 283 Campinas – São José. – Telefone 241 7337.

A empresa conta com uma filial em Curitiba-PR, com uma loja em uma casa de 540 M2.

Entrevistado: Nilma Vieira – Proprietária e Estilista.

Classificação: Ateliê de Alta Costura

Tempo de Operação: 15 anos

Número de Funcionários: 16 funcionárias fixos, contando com a filial. A empresa terceiriza os serviços de bordado e tinturaria.

Clientes: 50 % do nosso estado e o restante de outros estados. Geralmente as roupas são elaboradas para festas da sociedade em todo Brasil. Como casamentos, bailes de debutantes, jantares, etc. Nas palavras da Senhora Nilma: “Já costureira para uma cliente que participou de um jantar com a família do Presidente dos Estados Unidos”. Algumas de suas clientes viajam para o exterior, fato este que faz com que ela esteja também por dentro da Moda de outros países, principalmente da Europa.

Frequência de procura: semanal, mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	150,00 a 1000,00
Saia curta sem forro	150,00 a 1000,00
Saia longa com forro	190,00 a 2800,00
Saia longa sem forro	190,00 a 2800,00
Vestido reto	200,00 a 1700,00
Vestido longo	380,00 a 3500,00
Vestido para festa	380,00 a 3500,00
Camisola	580,00
Calça feminina	120,00 a 800,00
Blazer feminino	210,00 a 1200,00
Camisa feminina	140,00
Sobretudo	480,00 a 900,00
Bermuda (modelo calça)	120,00
Vestido de Noiva Tradicional	1200,00 a 6200,00

Obs: estes preços são aplicados para a roupa pronta, incluindo tecido e aviamento. A estilista trabalha somente com clientes femininas.



Tipos de roupas mais fabricados: Roupas para festas.

Maneira que cliente informa o modelo: O cliente pede orientação para a estilista e, esta sugere o modelo de acordo com a ocasião.

Estilista: A empresa possui uma estilista que desenha os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa possui, pois os funcionários sobem na carreira na empresa de acordo com seu desempenho.

Meses de aumento da demanda: no mês de Fevereiro são fabricadas fantasias de luxo. Nos meses de maio a outubro a demanda também aumenta. Na palavra final da entrevistada, durante todo ano a demanda é considerada alta.

Marketing: Uma das formas de divulgação é feita através dos clientes (indicação). Existe uma preocupação com a qualidade dos serviços/produtos para a satisfação do cliente. A estilista faz de três a quatro desfiles por ano com seus modelos, sendo esta a forma mais eficaz na divulgação de seus produtos.

Equipamentos: duas máquinas overlock, nove máquinas retas, três máquinas para acabamento e uma máquina de forrar botões.

Informática: Um dos sócios da empresa, utiliza o equipamento para controle de custos. Este é formado no Curso de Administração de Empresas.

Controle financeiro: A empresa tem controle financeiro, pois seus custos são compensados com a receita de vendas mensal.

Matéria Prima: Adquiridas em Lojas do ramo na cidade de Florianópolis.

Pontos Fortes: Qualidade dos produtos/serviços prestados e 15 anos de operação. A empresa trabalha com alta costura e possui clientes influentes para divulgação de seus produtos. A estilista é proprietária

tem nome reconhecido no ramo da alta costura. O ambiente de recepção é o dos mais agradáveis possível.

Pontos Fracos: A empresa depende exclusivamente do capital intelectual da Senhora Nilma .

- **Ana Atelier de Costura** – Rua dos Ilheus, 20 ap 301, Centro – Florianópolis – Telefone 224 1958.

Entrevistado: Ana Guimarães – Proprietária e Costureira.

Classificação: Ateliê de Costura

Tempo de Operação: 16 anos

Número de Funcionários: não dispõe de funcionários, pois trabalha junto com seu marido.

Clientes: A maioria da Grande Florianópolis.

Frequência de procura: semanal, mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	15,00
Saia curta sem forro	15,00
Saia longa com forro	20,00
Saia longa sem forro	20,00
Vestido reto	25,00
Vestido longo	60,00 a 80,00
Vestido para festa	120,00
Camisola	18,00

Calça feminina	25,00
Calça masculina	25,00
Blazer feminino	35,00
Blazer masculino	40,00
Camisa feminina	15,00
Camisa masculina	15,00
Sobretudo	50,00
Bermuda (modelo calça)	15,00 a 20,00
Vestido de Noiva Tradicional	180,00

Obs: estes preços são aplicados para a mão-de-obra e aviamentos, os clientes trazem o tecido necessário a fabricação do modelo.

Tipos de roupas mais fabricados: Blazer e calça feminina.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área, modelos já desenhados, ou modelos de vitrines.

Estilista: A empresa não possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Novembro, Dezembro, Janeiro. Com aumento de 60 % na procura por roupas sob medida.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação) .

Equipamentos: uma máquina overlock, uma maquina reta, uma máquina para acabamento e uma máquina de forrar botões.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: É feito apenas pela empresa de contabilidade para prestações de conta com o fisco, a proprietária informou que não dispõe de tempo para o mesmo. Porém, demonstra vontade de fazê-lo.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos nas Lojas do Mercado Público de Florianópolis. Principalmente na loja Vera Cruz.

Pontos Fortes: Qualidade dos produtos/serviços prestados e 04 anos de operação.

Pontos Fracos: Não existe um controle financeiro adequado. A empresa não busca outros meios de divulgação. A recepção ao cliente não condiz, pois este é atendido junto ao processo produtivo. A empresa necessita de uma melhora no seu lay-out. A proprietária basicamente separou uma parte de seu apartamento para montagem do ateliê.

- **Érica Ateliê de Alta Costura – Centro de Florianópolis**  
Telefone: 048 244 1501.

Entrevistado: Erica Wise Thiefen

Classificação: Ateliê de Alta Costura.

Tempo de Operação: 20 anos

Número de Funcionários: oito funcionários.

Clientes: Grande Florianópolis, de todo estado, de Brasília.

Frequência de procura: Geralmente em época de festa, encontros, bailhe de debuntantes, casamentos.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Vestido longo	300,00 a 1000,00
Vestido para festa	300,00 a 1000,00
Vestido de Noiva	1100,00 a 2800,00

Obs: estes preços são aplicados para a roupa pronta, incluindo tecido e aviamento.

Tipos de roupas mais fabricados: Roupa Social, Casamento, Noiva, para Debutantes, roupa Faschion adolescente.

Maneira que cliente informa o modelo: Revistas da área. A proprietária especifica o modelo de roupa de acordo com a ocasião.

Estilista: A empresa possui alguém que desenhe os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa não possui.

Meses de aumento da demanda: Em época de Festas da Sociedade, bailhes de debutantes, em época de formatura e no carnaval. Durante todo ano existe procura por parte de seus clientes.

Marketing: A única divulgação é feita através dos clientes (indicação) .

Equipamentos: máquina overlock, maquina reta, dez máquinas no total.

Informática: A empresa não utiliza este recurso.

Controle financeiro: A empresa tem controle financeiro, pois seus custos são compensados com a receita de vendas mensal. Além do contador, a empresa possui um livro caixa.

Custos: A proprietária não conhece todos os custos da empresa.

Matéria Prima: Os aviamentos são adquiridos em lojas de aviamentos e na empresa Cotesias, que vende tecidos de qualidade. São Paulo e Brusque são locais que também a proprietária adquire matéria prima.

Pontos Fortes: comodidade para o cliente que não compra o tecido, apenas escolhe o modelo desejado. O lay-out da empresa é bem estruturado e condiz com a realidade de uma boa impressão para quem chega. Doze anos de operação, atendendo uma clientela exigente, que buscam qualidade e adquirem seus produtos por causa do reconhecimento do mercado.

Pontos Fracos: A empresa não busca outros meios de divulgação. Espero que a proprietária atenda os clientes de uma forma bem diferente de como me atendeu para responder as perguntas.

- **Ivonete Alta Costura** – Centro Florianópolis – SC

Telefone 244 2901.

Entrevistado: Ivonete Maria Pereira – Proprietária e Estilista.

Classificação: Ateliê de Alta Costura

Tempo de Operação: 30 anos

Número de Funcionários: 10 funcionárias, entre costureiras, auxiliares, recepcionistas e vendedoras. O Ateliê funciona em conjunto com uma loja de roupas importadas.

Clientes: Da Grande Florianópolis e de todo Estado

Frequência de procura: semanal, mensal e anual.

Tipos de roupas fabricados e preços:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	78,00 a 220,00
Saia curta sem forro	78,00 a 220,00
Saia longa com forro	180,00 a 300,00
Saia longa sem forro	180,00 a 300,00
Vestido reto	180,00 a 300,00
Vestido longo	450,00 a 700,00
Vestido para festa	450,00 a 700,00
Calça feminina	140,00 a 180,00
Blazer feminino	220,00 a 350,00
Camisa feminina	130,00 a 200,00
Vestido de Noiva Tradicional	1200,00 a 3000,00

Obs: estes preços são aplicados para a roupa pronta, incluindo tecido e aviamento. A estilista trabalha somente com clientes femininas.

Tipos de roupas mais fabricados: Roupas para festas.

Maneira que cliente informa o modelo: O cliente pede orientação para a estilista e, esta sugere o modelo de acordo com a ocasião. Neste caso, a proprietária indicou a sua criatividade de criar modelos como seu diferencial.

Estilista: A empresa possui uma estilista que desenha os modelos.

Planejamento de Recursos Humanos: A empresa possui, pois os funcionários sobem na carreira na empresa de acordo com seu desempenho.

Meses de aumento da demanda: todos os meses do ano.

Marketing: Uma das formas de divulgação é feita através dos clientes (indicação). Existe uma preocupação com a qualidade dos serviços/produtos para a satisfação do cliente.

Equipamentos: duas máquinas overlock, oito máquinas retas, uma para acabamento e uma máquina de forrar botões.

Informática: não utiliza os recursos de informática.

Controle financeiro: A empresa tem controle financeiro, pois seus custos são compensados com a receita de vendas mensal.

Matéria Prima: Adquiridas em Lojas do ramo na cidade de Florianópolis. São Paulo e Brusque é o local mais procurado pela proprietária. A mesma compra roupas nos Estados Unidos e Europa para revenda, pois junto ao seu ateliê tem uma loja.

Pontos Fortes: Qualidade dos produtos/serviços prestados e 15 anos de operação. A empresa trabalha com alta costura e possui clientes influentes para divulgação de seus produtos. A estilista e proprietária tem nome reconhecido no ramo da alta costura. O ambiente de recepção é o dos mais agradáveis possível.

Pontos Fracos: A empresa depende exclusivamente do capital intelectual da Senhora Ivonete Maria Pereira.

- **Lenze Alta Costura – Centro Florianópolis – SC**

Após várias tentativas e transferências de entrevistas feitas por parte do Senhor Lenzi, o aluno não conseguiu entrevistá-lo.

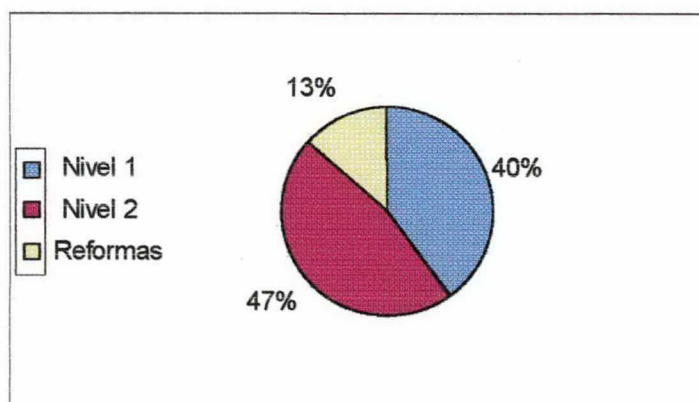


### Análises das informações obtidas nas entrevistas:

Os dados e informações obtidas nas entrevistas permitiram-nos criar uma visão geral do funcionamento da atividade de Alta Costura, sobre a qual passaremos a proferir algumas considerações:

⇒ distribuição das empresas em função da natureza da atividade da empresa:

NATUREZA DA EMPRESA	n.º absoluto	n.º relativo(%)
<b>Ateliê de Alta Costura – Nível 1</b>	<b>6</b>	<b>40,00</b>
<b>Ateliê de Alta Costura – Nível 2</b>	<b>7</b>	<b>46,67</b>
<b>Ateliê de Costura e Reformas</b>	<b>2</b>	<b>13,33</b>
<b>total</b>	<b>15</b>	



O aluno dividiu a Alta Costura em dois níveis: Nível 1 e Nível 2. Quem mais se caracteriza com a Alta Costura para nossa região são as empresas localizadas no nível 1 (empresas 9 a 14 da tabela na página 64). Mas, isto não significa que as empresas no nível 2 (empresas 1 a 8 da tabela na página 64) não trabalham com alta costura, pois KALIL (1998) determina que Alta Costura

são roupas exclusivas e sob medida. O termo Ateliê de Alta Costura é adotado como uma forma de atrair o cliente, ou seja, uma maneira de fazer propaganda.

Os Ateliês que trabalham com alta costura na Grande Florianópolis do nível 1, tem um estrutura bem mais elaborada, sendo um ambiente mais apropriado para quem realmente tem um certo poder aquisitivo. Nas palavras de um dos entrevistados que trabalha com a Alta Costura: “ Eu costuro para a Nata da Sociedade, para quem tem dinheiro”. Com isso podemos verificar que o mercado é promissor, pois as pessoas depositam valores em se vestir bem.

Os Ateliês deste nível possuem clientes influentes para divulgarem seus produtos, diferenciam-se dos Ateliês do nível 2 por fazerem a roupa para seus clientes, sem que os mesmos tragam o tecido. Algumas empresas como Ninevi, Erica e Ivonete Alta Costura, além de fazerem as roupas sob medida, oferecem a seus clientes todos os tipos de acessórios, como cintos, sapatos, chapéus. Mas a diferença mais marcante é justamente o preço de seus produtos, como será mostrado posteriormente através de gráfico.

As empresas que trabalham com alta costura localizadas no nível 2, geralmente costuram para clientes da classe média-alta, sendo constado que estas tem mesma capacidade do seu concorrente, os quais encontram-se no topo da pirâmide. A diferença está justamente nos anos de experiência e na seleção dos clientes que estes que chegaram no auge impoam durante sua vida profissional. Em outras palavras, fizeram nome no mercado e conseguem manter-se nesta estrutura.

As empresas deste nível não fornecem o tecido para a confecção da roupa, sendo necessário que o próprio cliente o traga. Neste caso, fica para a empresa apenas a tarefa de fabricar o modelo de acordo com o desejo do cliente.

Assim, cobra-se apenas pelo serviço prestado e trabalha-se com estoque zero de produto acabado.

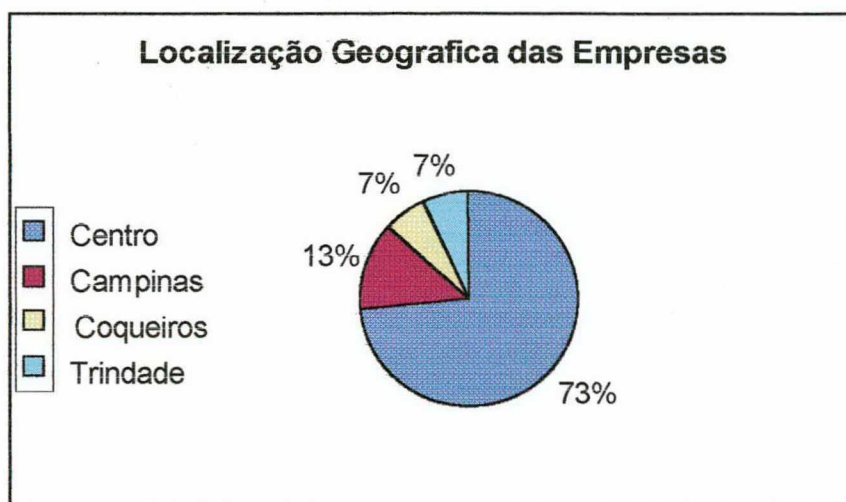
Na verdade, Alta Costura na Grande Florianópolis não existe. Como? KALIL (1998, p. 18) identifica o prêt-à-porter, ou seja, roupas que são fabricadas sob medida para os clientes, mas que são “imitação” ou “montagem” da criação de algum estilista. É justamente isto que ocorre na nossa região, pois a Alta Costura em termos internacionais, significa uma peça exclusiva que pode ser usada no máximo por dez pessoas. Roupas que fogem a nossa realidade, pois uma única peça custa no mínimo US\$ 60.000,00. Ou seja, o valor é depositado em quem assina o nome, a marca da roupa. Assim, os Ateliês de Alta Costura da Grande Florianópolis são de Alta Costura para nossa região.

Dentre os entrevistados, a empresa que me chamou atenção e tem grandes chances de trabalhar com alta costura do Nível 1 é Mary Atelie de Alta Costura. O problema é que ela não conhece a concorrência e nem imagina os preços que são cobrados por quem chegou no auge. Numa análise rápida, pude verificar que falta justamente planejamento, organização, direção, controle. Porém, o forte da empresa é a qualidade de seus serviços e produtos, a qual na minha opinião é a primeira colocada na natureza Ateliê de Alta Costura Nível 2, grupo no qual a Costurart, empresa proposta neste projeto, vai estar inserida.

Pode-se verificar que estas empresas de costura trabalham numa boa margem de lucro, porém não tem controle algum, nem mesmo um fluxo de caixa. As que trabalham com reformas, executam as tarefas mais difíceis da costura e tem a menor margem de lucro, pois seus preços são baixos. Estes costuram para as pessoas com baixo poder aquisitivo.



⇒ Com referência a localização geográfica das entrevistadas:

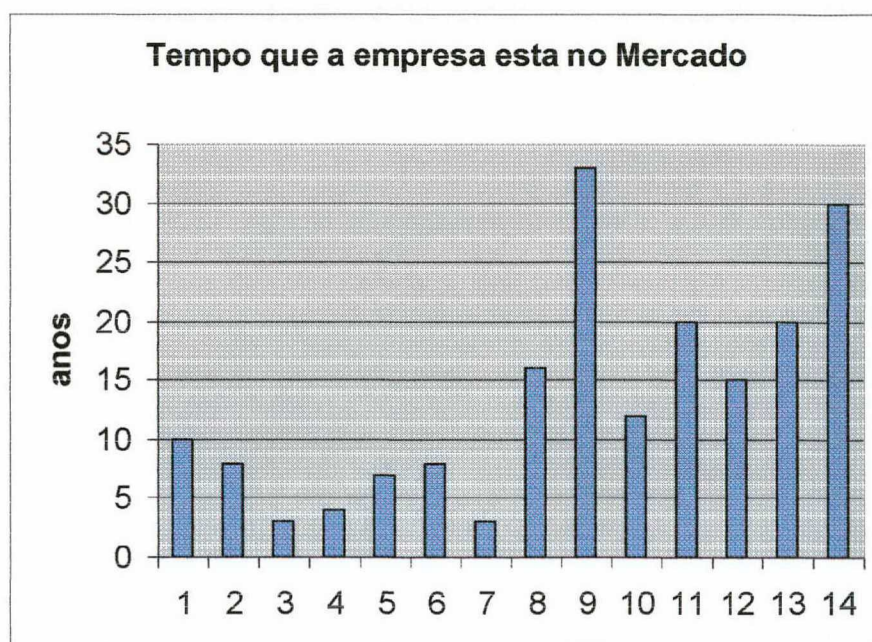


Como pode-se notar, a grande maioria das empresas entrevistadas desenvolvem suas atividades no Centro de Florianópolis. Isto se justifica devido a maior facilidade de acesso dos seus clientes. As lojas que vendem a matéria prima para as empresas de costura localizam-se também no centro da Capital, sendo este um outro fator relevante. Para maior comodidade dos clientes, as empresas que vendem tecidos também localizam-se no centro. Estacionamentos, terminais de onibus, são algumas variáveis que devem ser consideradas na localização da empresa que trabalha com este ramo de atividade.

A seguir, para os gráficos de tempo em que a empresa esta no mercado e número de funcionários, será dado uma numeração para cada empresa para melhor visualizar as informações, como segue:

Sequencia	Empresa
1	Mary Atelier Costura
2	Atelier de Costura Gina Salles
3	Atelier de Costura Marycarla
4	Atelier de Costura Malise Wiebusch
5	Alge Oficina de Costura
6	Atelie Costura No de Seda
7	Atelier de Costura Edite
8	Ana Atelier de Costura
9	Lenzi Alta Costura
10	Romão Atelier de Costura
11	Gessony Alta Costura
12	Ninevi Alta Costura
13	Érica Atelie de Alta Costura
14	Ivonete Alta Costura
15	Costurart

⇒ Com referência ao tempo que a empresa está no mercado:



Como pode-se observar, das empresas que responderam esta pergunta, sete (50 %) estão na faixa dos 10 anos de participação no mercado. Isto significa que a metade delas, mesmo nova em relação as outras já se estabilizaram no mercado. Apenas duas estão na faixa dos 30 anos de mercado, onde apesar de ser um ponto forte do tempo de existência e já possuírem seus clientes, uma delas apresenta o ponto fraco de seu capital intelectual já estar prestes a aposentar-se. E fica a pergunta: Quem vai tocar a empresa em seu lugar.

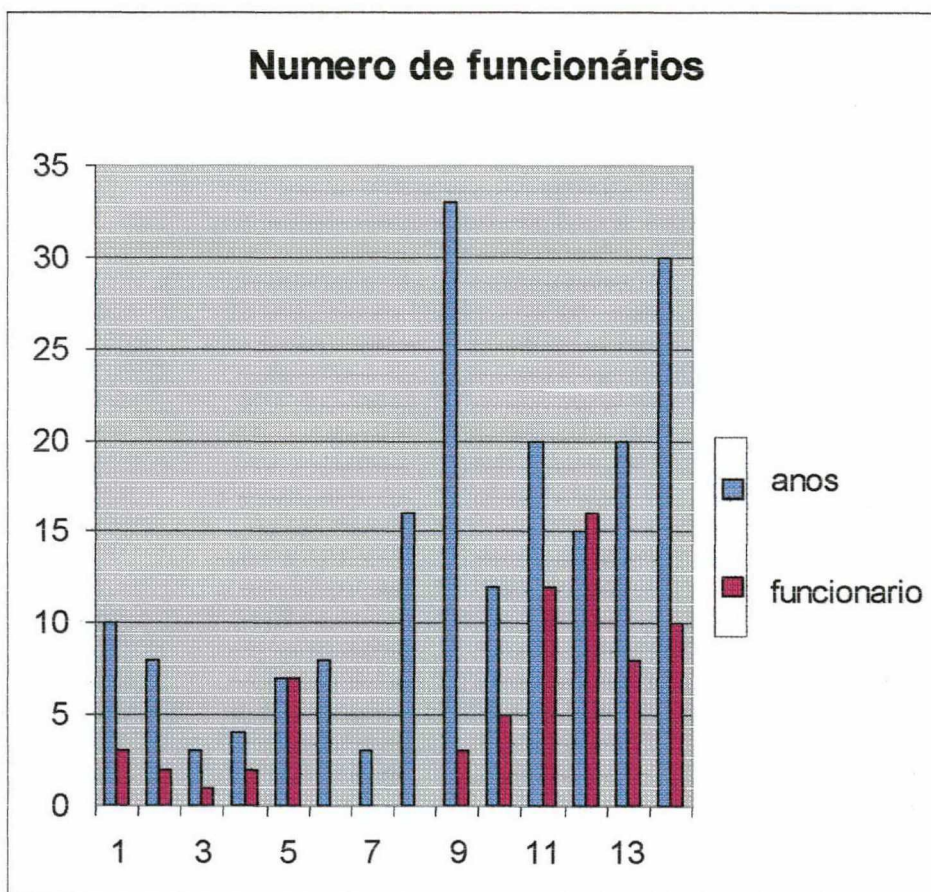
É exatamente isto que observei durante a pesquisa de campo, que a maioria dos Ateliês apostam em um único capital intelectual, ou seja, dependem da criatividade de uma só pessoa. Com o acúmulo de trabalho, os proprietários não pensam na sobrevivência da sua empresa a longo prazo. Pensam em ter lucro hoje, não planejam o amanhã. Vários são os exemplos, como Lenzi Ateliê



de Alta Costura, Érica Ateliê de Costura, Ninevi Ateliê de Alta Costura, Gessony Alta Costura, entre outros.

Apesar de estar apenas quinze anos no mercado, metade do tempo das duas ultimas apresentadas, a empresa Ninevi supera, na minha opinião as duas concorrentes que tem seu dobro de idade. Isto poderá ser visto ao decorrer dos estudos apresentados por esta pesquisa.

⇒ Com referência ao quantitativo de funcionários:



Como pode-se observar, a maioria das empresas no ramo da Alta Costura na Grande Florianópolis trabalham com número reduzido de funcionários. Alguns proprietários chegam a trabalhar sozinho, como é o caso das empresas Ateliê de Costura No de Seda, Atelier de Costura Edite e Ana Atelier de Costura.

Apesar de algumas já estarem a mais de dez anos no mercado, o número de funcionários é bem inferior em relação ao ano de existência da empresa. A única exceção é Ninevi Alta Costura, que está quinze anos no mercado e tem dezesseis funcionários em seu quadro.

⇒ Com relação aos clientes das empresas entrevistadas:

Pelas respostas apresentadas, os clientes potenciais dessas empresas são da Grande Florianópolis. Porém, algumas são procuradas por clientes de toda região do Estado de Santa Catarina e outros Estados Brasileiros. Portanto, a Costurart irá preparar-se para receber clientes tanto da Grande Florianópolis como de outras regiões.

Perguntado sobre a quantidade de clientes por região, as empresas não souberam responder por não possuir um cadastro de clientes. As informações apresentadas foi pela experiência e pelo conhecimento de quem é, e de quem procura a empresa entrevistada.



⇒ Com relação a frequência com que os clientes procuram o Ateliê:

Todas as empresas responderam que esta informação varia de cliente para cliente. A procura pode ser semanal, mensal ou anual. Perguntado da quantidade por período, as empresas não souberam responder por não ter um cadastro de clientes, as respostas ficaram no “mais ou menos”, o que não é interessante para o referente trabalho. Foram anotados alguns números na entrevista em relação a pergunta, mas vai ficar como arquivo para futuras consultas por parte do aluno.

⇒ Em relação aos preços dos produtos adotados:

Como já foi explicado no item quanto a natureza das empresas, podemos dividir os preços dos produtos dos concorrentes em duas sequências. Primeiramente as empresas o qual a Costurart teve como base para adotar os preços dos seus produtos e, após as empresas que estão no topo da Alta Costura na Grande Florianópolis.

Assim teremos as seguintes tabelas para facilitar o entendimento:

a) As empresas que serviram de base para adotar os preços dos produtos.

1	Mary Atelier Costura
2	Atelier de Costura Gina Salles
3	Atelier de Costura Marycarla
4	Atelier de Costura Malise Wiebusch
5	Alge Oficina de Costura
6	Atelie Costura No de Seda
7	Atelier de Costura Edite
8	Ana Atelier de Costura

- b) As empresas que estão no topo da Alta Costura na Grande Florianópolis.

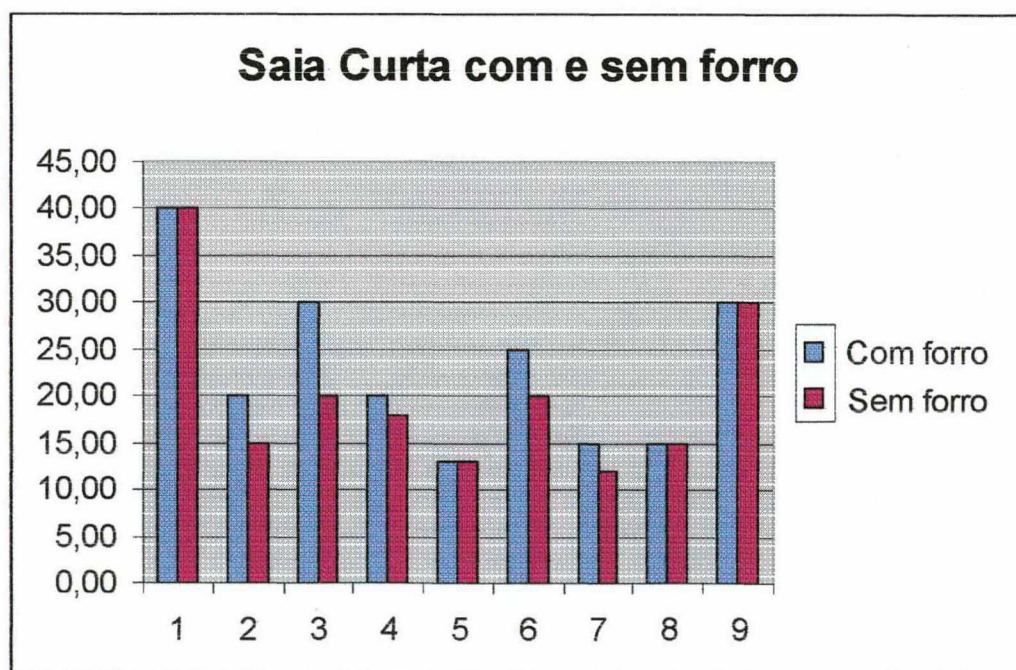
1	Ivonete Alta Costura
2	Romão Atelier de Costura
3	Gessony Alta Costura
4	Ninevi Alta Costura
5	Érica Ateliê de Alta Costura
6	Lenzi Alta Costura

A proprietária do Ateliê Erica Ateliê de Alta Costura, respondeu apenas o preço de um produto, pois achou a informação comprometedor. Tal como o Senhor Lenzi proprietário do Ateliê Lenzi Alta Costura, que após varias tentativas do aluno em entrevistá-lo, não obteve sucesso. Alguma informação deste Ateliê aparecerá na pesquisa, devido informações do Senhor Romão, o qual trabalhou oito anos com o Senhor Lenzi.

Os preços dos produtos pesquisados serão apresentados de forma gráfica, onde podemos comparar os preços dos concorrentes com o preço adotado pela Costurart Ateliê de Alta Costura, sendo:

1) Valores da Saia curta com forro e Saia curta sem forro.

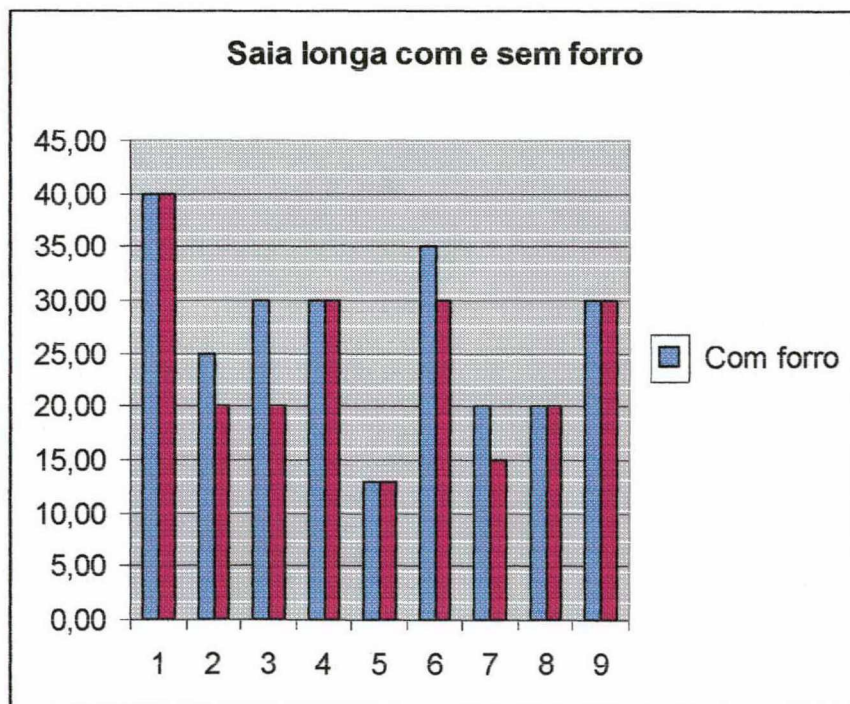
	Empresa/Produto em R\$	Saia Curta com Forro	Saia Curta sem Forro
1	Mary Atelier Costura	40,00	40,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	20,00	15,00
3	Atelier de Costura Marycarla	30,00	20,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	20,00	18,00
5	Alge Oficina de Costura	13,00	13,00
6	Atelie Costura No de Seda	25,00	20,00
7	Atelier de Costura Edite	15,00	12,00
8	Ana Atelier de Costura	15,00	15,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	30,00	30,00





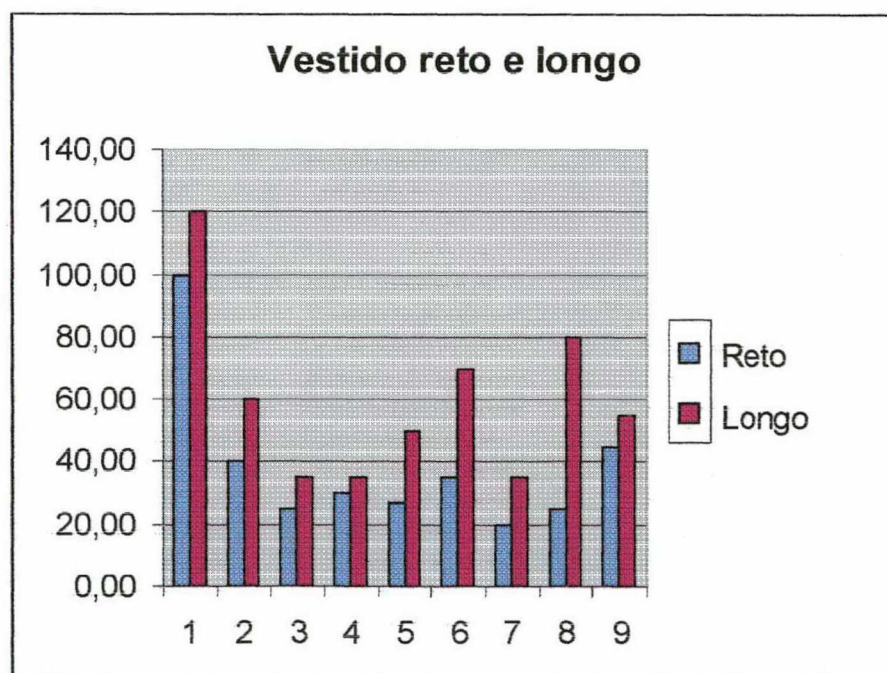
## 2) Valores da Saia Longa com forro e saia longa sem forro:

	Empresa/Produto em R\$	Saia longa com Forro	Saia longa sem Forro
1	Mary Atelier Costura	40,00	40,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	25,00	20,00
3	Atelier de Costura Marycarla	30,00	20,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	30,00	30,00
5	Alge Oficina de Costura	13,00	13,00
6	Atelie Costura No de Seda	35,00	30,00
7	Atelier de Costura Edite	20,00	15,00
8	Ana Atelier de Costura	20,00	20,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	30,00	30,00



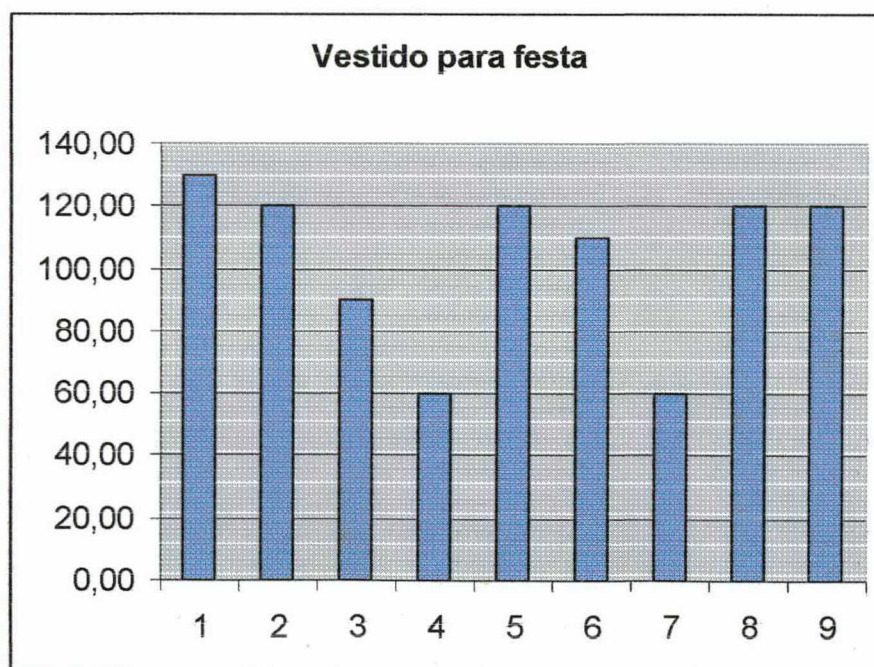
## 3) Valores do vestido reto e vestido longo.

	Empresa/Produto em R\$	Vestido reto	Vestido Longo
1	Mary Atelier Costura	100,00	120,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	40,00	60,00
3	Atelier de Costura Marycarla	25,00	35,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	30,00	35,00
5	Alge Oficina de Costura	27,00	50,00
6	Atelie Costura No de Seda	35,00	70,00
7	Atelier de Costura Edite	20,00	35,00
8	Ana Atelier de Costura	25,00	80,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	45,00	55,00



## 4) Valores do Vestido para Festa.

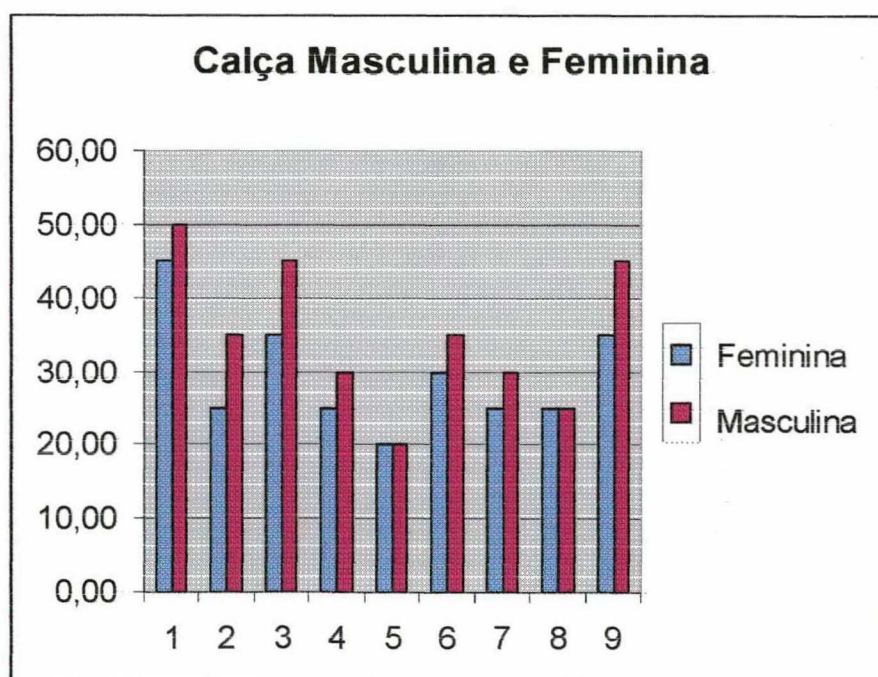
	Empresa/Produto em R\$	Vestido reto
1	Mary Atelier Costura	130,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	120,00
3	Atelier de Costura Marycarla	90,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	60,00
5	Alge Oficina de Costura	120,00
6	Atelie Costura No de Seda	110,00
7	Atelier de Costura Edite	60,00
8	Ana Atelier de Costura	120,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	120,00





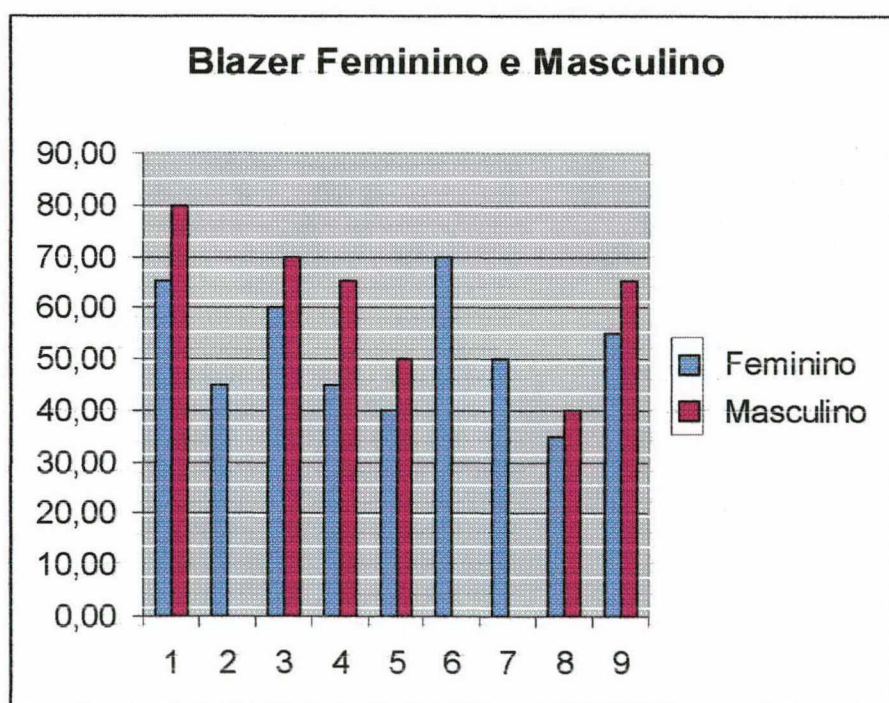
## 5) Valores da Calça Masculina e Feminina

	Empresa/Produto em R\$	Feminina	Masculina
1	Mary Atelier Costura	45,00	50,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	25,00	35,00
3	Atelier de Costura Marycarla	35,00	45,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	25,00	30,00
5	Alge Oficina de Costura	20,00	20,00
6	Atelie Costura No de Seda	30,00	35,00
7	Atelier de Costura Edite	25,00	30,00
8	Ana Atelier de Costura	25,00	25,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	35,00	45,00



## 6) Valores do Blazer feminino e masculino.

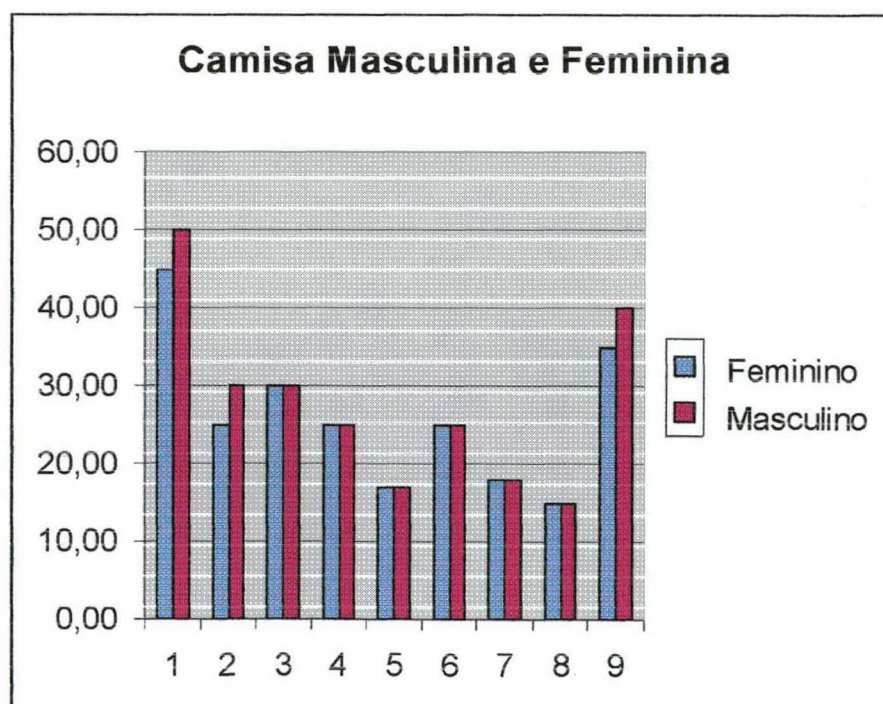
	Empresa/Produto em R\$	Feminina	Masculina
1	Mary Atelier Costura	65,00	80,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	45,00	0,00
3	Atelier de Costura Marycarla	60,00	70,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	45,00	65,00
5	Alge Oficina de Costura	40,00	50,00
6	Atelie Costura No de Seda	70,00	0,00
7	Atelier de Costura Edite	50,00	0,00
8	Ana Atelier de Costura	35,00	40,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	55,00	65,00





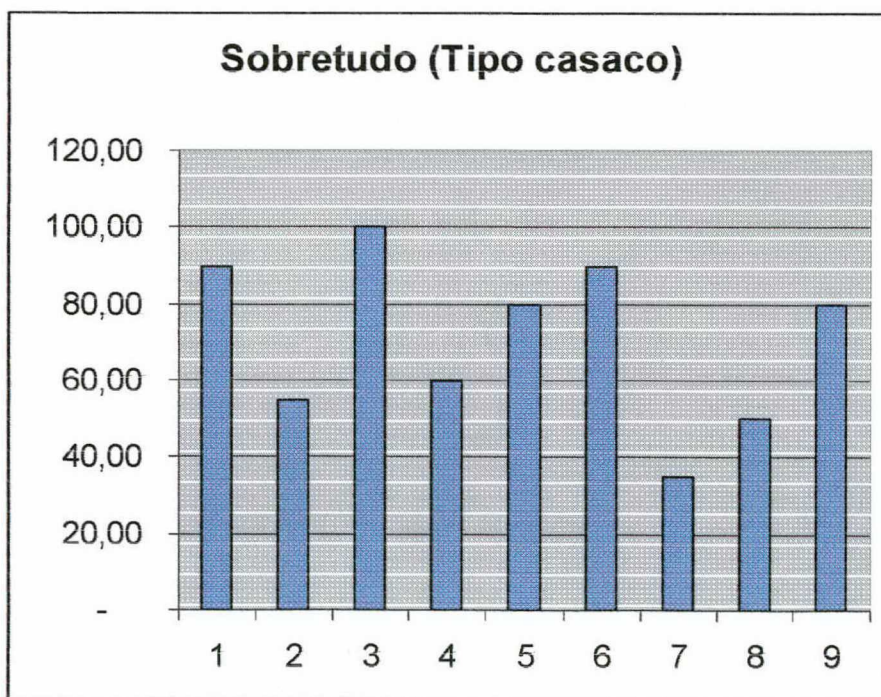
## 7) Valores da Camisa feminina e masculina

	Empresa/Produto em R\$	Feminina	Masculina
1	Mary Atelier Costura	45,00	50,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	25,00	30,00
3	Atelier de Costura Marycarla	30,00	30,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	25,00	25,00
5	Alge Oficina de Costura	17,00	17,00
6	Atelie Costura No de Seda	25,00	25,00
7	Atelier de Costura Edite	18,00	18,00
8	Ana Atelier de Costura	15,00	15,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	35,00	40,00



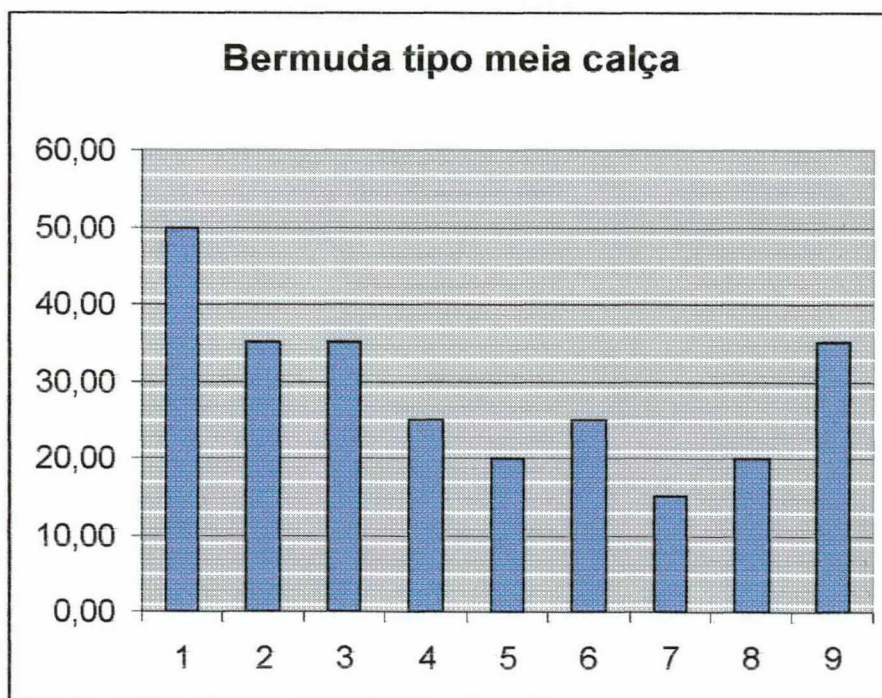
## 8) Valores do sobretudo (tipo casaco)

	Empresa/Produto em R\$	Sobretudo
1	Mary Atelier Costura	90,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	55,00
3	Atelier de Costura Marycarla	100,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	60,00
5	Alge Oficina de Costura	80,00
6	Atelie Costura No de Seda	90,00
7	Atelier de Costura Edite	35,00
8	Ana Atelier de Costura	50,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	80,00



## 9) Valores da Bermuda (tipo meia calça).

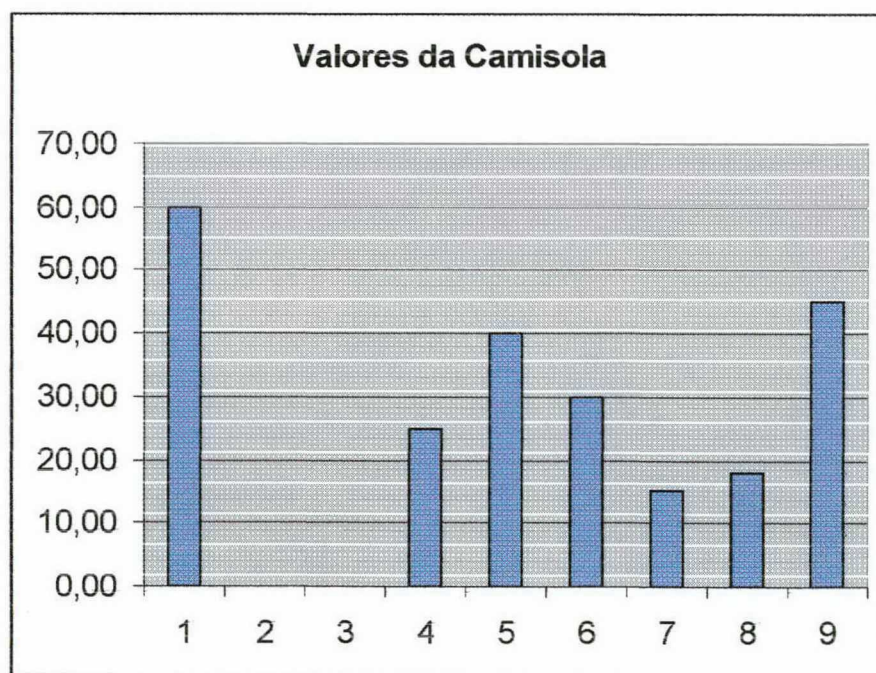
	Empresa/Produto em R\$	Bermuda
1	Mary Atelier Costura	50,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	35,00
3	Atelier de Costura Marycarla	35,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	25,00
5	Alge Oficina de Costura	20,00
6	Atelie Costura No de Seda	25,00
7	Atelier de Costura Edite	15,00
8	Ana Atelier de Costura	20,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	35,00





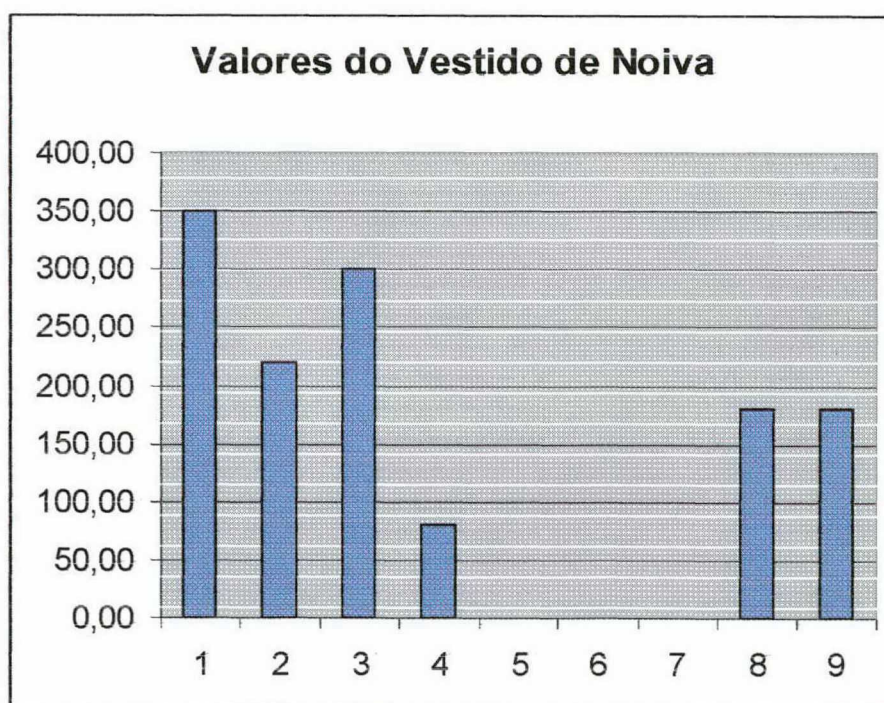
## 10)Valores do Produto camisola

	Empresa/Produto em R\$	Camisola
1	Mary Atelier Costura	60,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	0,00
3	Atelier de Costura Marycarla	0,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	25,00
5	Alge Oficina de Costura	40,00
6	Atelie Costura No de Seda	30,00
7	Atelier de Costura Edite	15,00
8	Ana Atelier de Costura	18,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	45,00



## 11) Valores do Vestido de Noiva Tradicional

	Empresa/Produto em R\$	Vestido Noiva
1	Mary Atelier Costura	350,00
2	Atelier de Costura Gina Salles	220,00
3	Atelier de Costura Marycarla	300,00
4	Atelier Costura Malise Wiebusch	80,00
5	Alge Oficina de Costura	0,00
6	Atelie Costura No de Seda	0,00
7	Atelier de Costura Edite	0,00
8	Ana Atelier de Costura	180,00
9	Costurart Ateliê de Alta Costura	180,00



Neste momento iremos mostrar graficamente os valores das empresas que estão no topo da pirâmide da Alta Costura na Grande Florianópolis. A empresa Mary Ateliê de Alta Costura, a qual constatei a emergente para atingir este referido topo, será também analisada neste aspecto para poder-mos fazer uma comparação.

Neste caso teremos a seguinte escala de valores:

1	Ivonete Alta Costura
2	Romão Atelier de Costura
3	Gessony Alta Costura
4	Ninevi Alta Costura
5	Érica Ateliê de Alta Costura
6	Mary Ateliê de Alta Costura

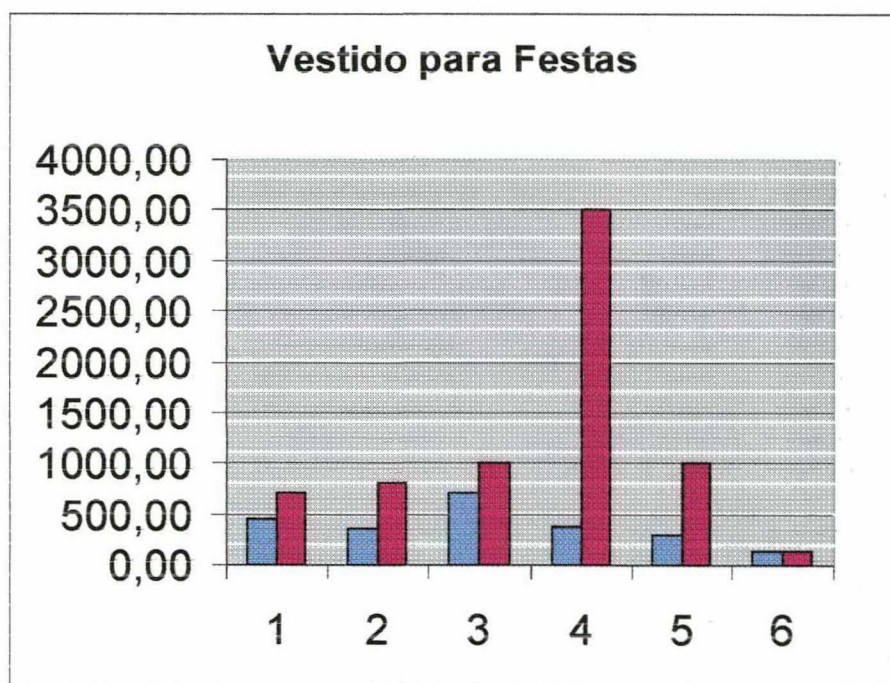
Sendo que Lenzi Ateliê de Alta Costura foi excluído por não informar os seus preços, portanto não adiantaria trabalhar neste momento com valores nulos. Como as empresas demonstraram uma variação de preço de acordo com o cliente e tipo de tecido, o aluno adotou no gráfico o menor e maior preço que as empresas pesquisadas adotaram. No eixo " y " encontram-se os valores adotados em reais do produtos e no eixo " x " estão os numeros correspondentes a empresa.

Para não estender muito este trabalho de conclusão de curso, a aluno neste ponto da pesquisa achou por bem analisar apenas um produto das empresas de alta costura que estão no topo da pirâmide.



## 1) Valores do vestido para festas.

	Empresa	Valor em R\$
1	Ivonete Alta Costura	450,00 a 700,00
2	Romão Atelier de Costura	350,00 a 800,00
3	Gessony Alta Costura	700,00 a 1000,00
4	Ninevi Alta Costura	380,00 a 3500,00
5	Érica Ateliê de Alta Costura	300,00 a 1000,00
6	Mary Ateliê de Alta Costura	130,00 a 130,00



Através da análise do gráfico pode-se notar a disparidade de preço cobrado por um produto das empresas que são procuradas pelas pessoas que possuem um maior poder aquisitivo, em relação as empresas que ainda não chegaram no auge da alta costura para nossa região.

A Costurart, empresa proposta neste projeto, não adotará preços nesta faixa, pois para chegar a este ponto necessitará de reconhecimento por parte da classe mais privilegiada financeiramente. Porém, pretende nos dois primeiros anos de funcionamento chegar nos parametros da empresa Mary Ateliê de Costura. Por considerar, após a pesquisa de campo, esta empresa como modelo de qualidade dos produtos, excelente atendimento, um ótimo lay-out, enfim, um ambiente agradável para recepção da classe média.

De acordo com a pesquisa realizada, vários foram os pontos positivos nestas empresas, pontos estes que serão cuidadosamente analisados pelo aluno, o qual tem interesse em pôr em operação a empresa proposta neste projeto. É lógico que estas mesmas empresas apresentam algumas falhas, que foram detectadas pelo aluno, pontos fracos que servirão de base para a Costurart não cometer os mesmos erros.



## **52 Estudo do Mercado Consumidor**

O mercado consumidor da Costurart Ateliê de Alta Costura Ltda - ME, caracteriza-se por atender pessoas de todas as idades e de ambos os sexos, que desejem principalmente roupas de alta costura, personalizadas e de qualidade.

Através do estudo do mercado concorrente, a empresa terá os dados necessários a identificar o perfil de seu consumidor. Neste sentido, será possível criar estratégias de atraí-los para nossa empresa, dando-lhes um diferencial não encontrado na concorrência.

### **53 Estudo do Mercado Fornecedor**

A matéria-prima principal é o tecido, que será comprado pelos próprios clientes, no local de sua preferência. As outras matérias-primas serão adquiridas por aqueles fornecedores que oferecerem o melhor preço.

Consideramos somente os fornecedores do Centro e bairro Trindade, por estarem mais próximos do estabelecimento. Entretanto, vale ressaltar que é no Centro onde encontra-se o maior número de fornecedores destes tipos de matérias-primas dentro da Grande Florianópolis.

- Achar Aviamentos

Mercado Público, s/n – Box 19 – Centro

- Branca Aviamentos e presentes

Rua Lauro Linhares, 2036 – Trindade

- Gatica Comércio de Aviamentos Ltda

Rua Conselheiro Mafra, 426 – loja 7 – Centro

- Kock Presentes e Aviamentos

Rua Lauro Linhares, 1903 – Trindade

- Ponta de Agulha Aviamentos Ltda ME

Av. Hercílio Luz, 818 – Centro

- Ponto por ponto

Rua Bocaiúva, 26 – Centro

## **54 Empreendimento Proposto**

### **541 Caracterização da Organização**

#### **5411 Objeto Social**

Este projeto está voltado ao estudo de viabilidade econômica de abrir uma empresa de confecção de roupas de alta costura. Incluindo roupas para festas, cerimônias, outras ocasiões e para executivos. Todas feitas sob medida e conforme encomenda.

#### **5412 Forma**

A empresa será uma sociedade por cotas de responsabilidade limitada. Formada por três sócios, e com suas cotas igualmente distribuídas na seguinte ordem:

Sócia Jesiane Botelho de Souza	35 %
Sócio Vanilde Pacheco de Souza Jr	35 %
Sócia Elizabeth Soares Botelho	30 %

Será devidamente registrada sob a Denominação Social de Costurart Ateliê de Alta Costura Ltda-ME, optando pelo SIMPLES (3,0 % sobre a Receita Bruta anual).

**6413 Localização**

Rua Felipe Schimidt, 515/ sala 204, Ed. Pórtico - Centro,  
Florianópolis, SC.

**642 Aspectos Administrativos**

O conselho administrativo será formado por 3 (três) sócios. E as funções serão assim distribuídas:

Sócia Jesiane Botelho de Souza

- Demonstrar produtos
- Criar e desenhar modelos
- Acertar preços
- Atender os clientes
- Anotar as medidas necessárias para a confecção da roupa
- Indicar o tecido mais adequado
- Recomendar o local da compra do tecido
- Trabalhar no processo produtivo
- Encarregar-se pelo controle de qualidade

Sócia Elizabeth Soares Botelho

- Demonstrar produtos
- Atender os clientes
- Anotar as medidas necessária para confecção da roupa
- Recomendar o local da compra do tecido
- Trabalhar no processo produtivo

Sócio Vanilde Pacheco de Souza Júnior

- Responsabilizar-se pelas funções de Marketing
- Fazer serviços bancários
- Operar e fazer (fechar) caixa
- Responsabilizar-se pelas funções Financeiras
- Fazer análise dos resultados apresentados pelo contador
- Fazer planejamentos financeiros
- Controle de entrada e saídas de recursos
- Responsabilizar-se pelo controle de estoque de Matéria Prima
- Fazer as compras
- Encarregar-se da supervisão técnica
- Entrar em contato com a assistência técnica das máquinas
- Responsabilizar-se pela limpeza

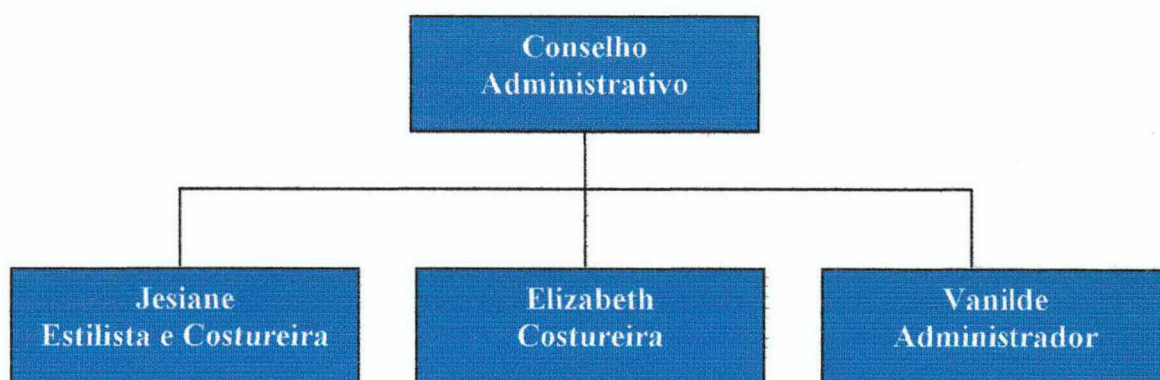
O sócio Vanilde Pacheco de Souza Junior dispõe de formação universitária ao nível de graduação no curso de Administração de Empresas da Universidade Federal de Santa Catarina, assim possui capacidade administrativa suficiente para desempenhar suas funções anteriormente atribuídas.

As sócias Jesiane Botelho de Souza e Elizabeth Soares Botelho fizeram diversos cursos de alta costura e trabalham a anos neste ramo, portanto possuem capacidade técnica para desempenhar suas funções anteriormente atribuídas.

Objetivando operar com a menor estrutura possível para reduzir custos, a empresa entrará em funcionamento utilizando-se exclusivamente da mão-de-obra dos três sócios.

A estrutura organizacional ficará assim definida:

### ORGANOGRAMA DA EMPRESA





### **643 Aspectos Jurídicos e Legais**

**Denominação social** – Costurart Ateliê de Alta Costura Ltda ME, devidamente registrada na Junta Comercial de Florianópolis e Prefeitura Municipal.

**Nome fantasia** – Costurart

**Capital Social** – 7501,16

**Sócios** –

Jesiane Botelho de Souza

Elizabeth Soares Botelho

Vanilde Pacheco de Souza Junior

As cotas serão distribuídas na seguinte ordem :

Sócia Jesiane Botelho de Souza	35 %
Sócio Vanilde Pacheco de Souza Jr	35 %
Sócia Elizabeth Soares Botelho	30 %

Sendo que cada um integralizará o correspondente a:

Sócia Jesiane Botelho de Souza	35 % do Capital Social
Sócio Vanilde Pacheco de Souza Jr	35 % do Capital Social
Sócia Elizabeth Soares Botelho	30 % do Capital Social

**Endereço** – Rua Felipe Schmidt, 515/ sala 204, Ed. Pórtico - Centro,  
Florianópolis, SC.

**Sede e foro** – Florianópolis

**Forma jurídica** – sociedade por cotas de responsabilidade limitada, regida pelo estatuto da micro empresa.

**Objeto social** – Confecção de roupas de alta costura

**Tributação** – A empresa optou pelo SIMPLES, sendo descontado 3% sobre a receita bruta anual.

**Fucionários** – A empresa entrará em operação utilizando exclusivamente da mão de obra dos três sócios.

Para a efetiva constituição de uma empresa são necessários vários procedimentos, os quais passamos a relacionar:

1º passo: Consulta de viabilidade junto a Prefeitura Municipal de Florianópolis/SC;

2º passo: registro no cartório de títulos e documentos. Esta etapa requer as seguintes providências:

- ⇒ Contrato Social (3 vias) registrado no Conselho Regional de Administração, com firma reconhecida;
- ⇒ Recolhimento de 2% do capital social;
- ⇒ Requerimento de entrada no cartório com visto de um advogado da OAB.

3º passo: inscrição no CGC/MF: Requer as seguintes providência:

- ⇒ Contrato Social (3 vias) registrado no Conselho Regional de Administração, com firma reconhecida;
- ⇒ Recolhimento de 2% do capital social;
- ⇒ Requerimento de entrada no cartório com visto de um advogado da OAB;
- ⇒ Cartão do CGC/MF - modelo 01 - 03 vias, adquirido em papelarias.



4º passo: alvará de funcionamento: Obtido junto à Prefeitura Municipal de Florianópolis/SC, requer:

- ⇒ Contrato Social;
- ⇒ Contrato de locação do imóvel;
- ⇒ *Croqui* de localização;
- ⇒ Carne do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU;
- ⇒ Vistoria do Corpo de Bombeiros da Polícia Militar de SC.

Obs.: Dados obtidos junto ao BALCÃO - SEBRAE - Florianópolis/SC ou pelo telefone 0800-483300.

Identificados os passos para o registro da empresa, apresentaremos o modelo de contrato social :

## **CONTRATO SOCIAL**

VANILDE PACHECO DE SOUZA JUNIOR, brasileiro, casado, residente e domiciliado à Rua Das Flores s/n – Vargem Grande, Florianópolis, Santa Catarina, portador da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ SSP/SC e CIC nº 811.025.429-20, JESIANE BOTELHO DE SOUZA, brasileira, casada, autônoma, residente e domiciliado à Rua Das Flores s/n – Vargem Grande, Florianópolis, Santa Catarina, portador da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ SSP/SC e CIC nº \_\_\_\_\_, e ELIZABETH SOARES BOTELHO, brasileira, casada, autônoma, residente e domiciliada à Rua Geral do Campo Duna s/n – Praia do Rosa, Florianópolis/SC, portador da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ SSP/SC e CIC nº \_\_\_\_\_, resolvem de comum acordo constituir uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada o que fazem sob os artigos e condições seguintes.

### **CAPÍTULO I**

#### **Da Denominação Social, Sede, Objeto, Início e Prazo.**

Art. 1º - A empresa girará sob a denominação social de Costurart Ateliê de Alta Costura Ltda ME, com sociedade por cotas de responsabilidade limitada, regida pelo estatuto da micro-empresa.

Art. 2º - A sociedade terá sua sede social à Rua Felipe Schmidt, 515/ sala 204, Ed. Pórtico - Centro, Florianópolis, SC.

Art. 3º - A sociedade terá por objeto a prestação de serviços de confecção de roupa de alta costura.

Art. 4º - A sociedade iniciará suas atividades em XX de XXX de 200X.

Art. 5º - O prazo de duração da sociedade será indeterminado.

## **CAPÍTULO II**

### **Do Capital Social, Quotas e Responsabilidade**

Art. 6º - R\$ X subscritos e integralizados neste ato em moeda corrente nacional.

Art. 7º - O Capital Social será dividido em 1.000 (mil) quotas no valor de R\$ X cada uma, assim distribuídas entre os sócios:

Nome	Quotas	R\$
Vanilde Pacheco de Souza Jr.	350	
Jesiane Botelho de Souza.	350	
Elizabeth Soares Botelho	300	

Art. 8º - A responsabilidade dos sócios será na forma da lei limitada ao valor total do Capital Social.

## **CAPÍTULO III**

### **Do Exercício Social, Balanço e Distribuição de Lucros e Prejuízo**

Art. 9º - O exercício social encerrar-se-á em 31 de dezembro de cada ano.

Art. 10º - No fim de cada exercício social proceder-se-á a verificação dos lucros ou prejuízos, para balanço geral.

Art. 11º - 60% dos lucros líquidos serão distribuídos em partes iguais a cada quota, cabendo a cada sócio tantas partes quantas possuírem, o restante será reinvestido na empresa.

Art. 12º - Dos prejuízos que porventura se verificarem serão mantidos em conta especial para serem amortizados nos exercícios futuros.

## **CAPÍTULO IV**

### **Da Administração - sua Remuneração e Contabilidade**

Art. 13º - A sociedade será administrada por todos os sócios.

Art. 14º - A sociedade manterá os registros contábeis e fiscais necessários.

## **CAPÍTULO V**

### **Do Aumento de Capital, Retirada de Sócio e Diminuição de Capital**

Art. 15º - Em caso de aumento de capital, terão preferência os sócios para subscrição em igualdade de condições e na proporção exata das quotas que possuírem.

Art. 16º - Pretendendo um dos sócios retirar-se da sociedade, deverá notificar ao outro, por escrito, com antecedência de 30 dias e seus haveres lhe serão reembolsados na modalidade que se estabelece no artigo 17 deste instrumento.

Art. 17º - Em caso de falecimento de quaisquer dos sócios, suas quotas passarão a pertencer a seus herdeiros naturais e legais, não se desfazendo assim a sociedade que continuará funcionando com os sócios remanescentes.

Apurados, em balanço os haveres do(s) sócio(s) falecido(s), este serão pagos em dez prestações iguais, vencendo a primeira 60 (sessenta) dias após ser apresentado à sociedade autorização judicial que permita formalizar-se a operação, inclusive perante o registro do comércio.

Art. 18º - Em caso de diminuição de capital, será proporcional a cada quota.

## **CAPÍTULO VI**

### **Das Disposições Gerais**

Art. 19º - Fica eleito o foro da comarca de Florianópolis, Santa Catarina, para solucionar as questões oriundas do presente instrumento.

Art. 20º - Os sócios declaram não estar incurso em nenhum dos crimes previstos em lei que lhes impeçam de exercer atividades mercantis.

Art. 21º - Todas as despesas de viagens que os sócios fizerem no interesse da sociedade, correrão por conta desta.

Art. 22º - Os casos omissos e não regulados pelo presente instrumento serão regulados por lei em vigor.

E, por assim estarem justos e contratados assinam o presente instrumento em quatro vias de igual teor e forma na presença de duas testemunhas:

Florianópolis - SC, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 200\_\_

\_\_\_\_\_  
Vanilde Pacheco de Souza Jr.

\_\_\_\_\_  
Jesiane Botelho de Souza.

\_\_\_\_\_  
Elizabeth Soares Botelho.

Testemunhas

\_\_\_\_\_  
Nome:

CIC

\_\_\_\_\_  
Nome:

CIC



#### **544 Aspectos Mercadológicos.**

Segundo pesquisa realizada em 1998 pelo SEBRAE/SP, entre os negócios mais procurados no setor primário, a confecção estava em 1º lugar com 29,2%.

##### **5441 Produtos e preços**

A Costurart Alta Costura Ltda ME irá comercializar trajes masculinos e femininos.

Todos os produtos serão de alta costura e desenhados exclusivamente para cada cliente. No entanto, abre-se exceção para casos em que desejar-se roupas mais simples.

O cliente é quem determinará o tipo de roupa que deseja. Porém, essencialmente a Costurart Alta Costura Ltda ME, irá fabricar os seguintes produtos:

PRODUTO	Preço
Saia curta com forro	30,00
Saia curta sem forro	30,00
Saia longa com forro	30,00
Saia longa sem forro	30,00
Vestido reto	45,00
Vestido longo	55,00
Vestido para festa	120,00
Camisola	45,00
Calça feminina	35,00
Calça masculina	45,00
Blazer feminino	55,00
Blazer masculino	65,00
Camisa feminina	35,00
Camisa masculina	40,00
Sobretudo	80,00
Bermuda	35,00
Vestido de Noiva	180,00

**5442 Justificativa do Nome**

O nome escolhido procura salientar o tipo de produto a ser fabricado.

**5443 Justificativa da Localização**

A empresa proponente estará situada na Rua Felipe Schmidt, 515/ sala 204, Ed. Pórtico – Centro, Florianópolis, SC. Foi escolhida esta localização para haver possibilidade de competir com concorrentes estabelecidos nas proximidades, e também por ser um local de maior facilidade de acesso para clientes.

Muitos destes poderiam deixar de fazer suas encomendas de roupas na Costurart Alta Costura Ltda ME tivesse sua localização em local de difícil acesso. A infra-estrutura de transportes é outro fator que justifica a escolha do local. Próximo dos terminais de ônibus da cidade, de estacionamentos e onde tem-se diversas vias de acesso.



**5444 Logomarca**

A logomarca estará presente nos anúncios do jornal Diário Catarinense, na sua home-page, nas etiquetas, nos cartões e na entrada do empreendimento. Apresentar-se-á da forma abaixo:



#### **5444 Comercialização**

A comercialização será realizada segundo o esquema a seguir:

- 1) Recepção ao cliente;
- 2) Conversa entre o responsável pelo atendimento e o cliente para saber o que este deseja (tipo de roupa, modelo, tecido, etc.)
- 3) Anotação das medidas necessárias para a confecção da encomenda;
- 4) Entrega do tecido;
- 5) Marcação do dia e hora para a prova das roupas;
- 6) Caso o cliente pergunte, definição do valor da encomenda;
- 7) Confecção da roupa para colocar em prova;
- 8) Prova das roupas;
- 9) Aprovação do cliente;
- 10) Acabamento final da roupa;
- 11) Entrega da mercadoria;
- 12) Pagamento à vista do valor acertado.

## **5446 Oferta e Demanda**

A oferta dos produtos fabricados será igual a demanda, já que a quantidade demandada será igual a ofertada. A produção dependerá do número de encomendas realizadas.

De início, quando os clientes ainda não tiverem conhecimento da empresa e da qualidade de seus produtos, acreditamos que a demanda será baixa. Logo após 2 ou 3 meses de funcionamento da Costurart, muito provavelmente a demanda irá aumentar, seja pela recomendação das pessoas que já tomaram conhecimento da nossa qualidade, ou pelas ações de marketing que serão empregadas.

## **5445 Ações de Marketing**

Nosso objetivo será sempre a satisfação do nosso cliente, assim teremos a incessante busca da perfeição e da beleza absoluta, dando assim uma ótima imagem da empresa para quem procurar nossos serviços.

Para uma maior divulgação da Costurart Ateliê de Alta Costura Ltda - ME, foi elaborada uma home-page com uma página de entrada e quatro páginas secundárias. Com intuito de reduzir custos, o sócio Vanilde Pacheco de Souza Junior desenvolveu a home-page, cujo endereço é [www.costurart.com.br](http://www.costurart.com.br). A mensalidade a ser paga ao provedor para manutenção da home-page será de R\$ 30,00.

A primeira página irá mostrar a empresa, sua vantagem competitiva, contendo o seguinte título e recomendações:

## **Costurart – Ateliê de Alta Costura**

O Atelier Costurart tem como objetivo oferecer a seus clientes uma forma diferenciada de sentir-se exclusivo.

Tudo é feito sob medida, seguindo nossa orientação e observando itens como: tecidos, caimento, corte, de acordo com o desejo do cliente.

Somos um ateliê de alta costura, confeccionamos roupas exclusivas para todas as ocasiões (formas e informais).

Seguimos normas rígidas de qualidade, respeitando as solicitações dos clientes. Estaremos sempre a sua disposição com idéias inovadoras, procurando lhe atender da melhor forma possível.

**Costurart -** a busca incessante da perfeição e da beleza absoluta.

Nosso endereço: Rua Felipe Schimidt, 515/ sala 204, Ed. Pórtico -  
Centro, Florianópolis, SC

Fone para contato : 9992-9184

Veja alguns de nossos modelos :

Modelo 1

Modelo 3

Modelo 2

Modelo 4

Estes modelos serão atualizados semanalmente.

[Costurart@bol.com.br](mailto:Costurart@bol.com.br)

( Visitante 000089 )

Caso seja acionado um dos link's, será apresentado modelo de roupas que a Costurart irá desenvolver. Estes modelos serão atualizados semanalmente pelo sócio Vanilde Pacheco de Souza Junior, que ficará responsável pelas ações de Marketing da empresa.

Com isso, nossos clientes poderão observar as roupas de alta costura que nossa empresa irá oferecer, os quais caso necessitem de uma roupa sob medida, irão nos fazer uma visita e verificar nossos serviços. A home-page apresentará nosso e-mail, [Costurart@bol.com.br](mailto:Costurart@bol.com.br), o telefone para contato e sua localização. Além disto, serão também colocados anúncios semanais no Jornal Diário Catarinense, com um investimento no valor de R\$ 50,00 mensais. Também nos cartões, ao custo de R\$ 20,00 mensais, será informado o endereço, telefone, home-page e e-mail da empresa.

Logo, em todos esses meios de divulgação, colocaremos informações sobre localização, produtos oferecidos e uma visão de que quem nos procurar fará um bom negócio.



### **5448 Vantagens competitivas da empresa**

A Costurart Ateliê de Alta Costura Ltda ME terá como vantagens competitivas:

- ✧ Qualidade: As sócias Jesiane Botelho de Souza e Elizabeth Soares Botelho já são costureiras reconhecidas pelo seu trabalho na área, e o sócio Vanilde Pacheco de Souza Júnior sabe quanto este requisito é importante para um empreendimento, podendo ser o diferencial com a concorrência.
- ✧ Preço: Após pesquisa realizada na concorrência, assim determinando os preços dos produtos da Costurart, pode-se dizer que estes, comparados aos da concorrência estão bastante competitivos. Pois não são o mais caro, mas também não são o mais barato, ou seja, uma média do mercado. O que não poderia ser diferente para uma empresa que está querendo conquistar clientes.
- ✧ Bom atendimento: os clientes serão atendidos da melhor maneira possível, para além de satisfazê-los, superar suas expectativas, garantindo desta forma, a fidelidade destes e a recomendação da empresa à novos clientes.
- ✧ Pontualidade na entrega: A empresa terá como meta cumprir a necessidade de seus clientes, não atrasando a entrega de seus produtos. Para que não haja problemas, o sócio Vanilde Pacheco de Souza Júnior fará um arquivo com cadastro de clientes onde constará um campo de controle de entrega do produto acabado, para que a imagem da empresa seja sempre positiva.

### **545 Aspectos Técnicos**

Os modelos serão desenvolvidos de acordo com o desejo dos clientes, e desenhados pela sócia Jesiane, responsável pelo atendimento ao público. O cliente também poderá trazer modelos já desenhados por outros estilistas, tal como modelos de revistas especializadas em moda, ou rascunho feito pela própria pessoa.

No decorrer da semana, as tarefas serão esquematizadas da seguinte forma: Todos os dias será feito atendimento ao público, com definição de modelos, tecidos, preços e medidas; tarefa realizada pela sócia Jesiane. As quartas, quintas e sextas serão reservados à prova de roupas e entrega de encomendas.

Nos demais dias, o expediente será normal, mas reservado exclusivamente a produção. Tarefa realizada pelas sócias Jesiane e Elizabeth. O sócio Vanilde durante a semana cuidará da parte administrativa da empresa, realizando suas tarefas de forma a auxiliar os outros sócios. Neste caso, elas irão apenas preocupar-se com a produção, deste a administração na mão deste.

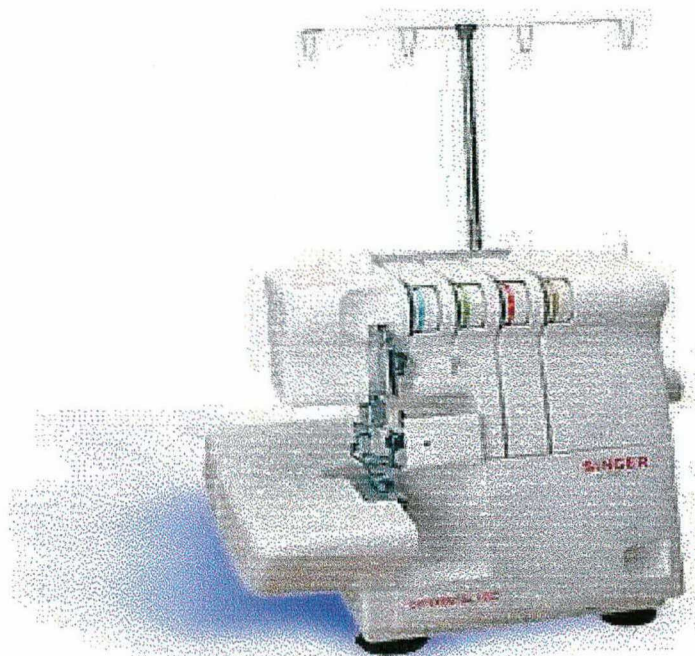
Desta forma evita-se confusão de tarefas, que ocasionariam interrupções durante o processo produtivo. Deve-se destacar que, em caso de impossibilidade de comparecimento dos clientes nos dias acima estabelecidos, poderá ser aberta exceção.

**5451 Descrição das máquinas, equipamentos, móveis, utensílios e matérias-primas**

**54511 Máquinas**

1 Máquina de forrar botões oito moldes (usada), a R\$ 50,00;

1 máquina Ultralock modelo 14U454, da marca Singer, a R\$ 650,00;





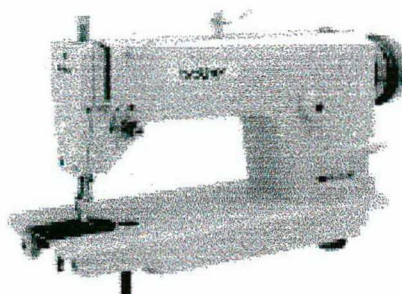
- Une, arremata e corta tecidos simultaneamente;
- Verdadeiro overloque, garante costuras ( chuleados, franzidos, bainha enrolada e nervuras) com qualidade em malhas, tecidos leves, médios, semi-elásticos e planos;
- 1.300 pontos por minuto;
- Codificação em cores nos ponto de passagem das quatros linhas, simplifica o processo de colocação das linhas e facilita o ajustes de tensão das mesmas;
- Botão de regulação do comprimento do ponto ( máximo 5mm);
- Tampa frontal de acesso a laçadores;
- Chuleado com largura de 3,5 mm a 7,2 mm em bainha comum e 1,5 mm em bainha enrolada;
- Braço livre, facilita costuras tubulares (mangas, punhos, barras de calças etc.);
- Alça retrátil, facilitando o transporte;
- Colocação de agulha à prova de erro. Volante com giro convencional, evita confundir o operador;
- Lâmpada embutida, ilumine com foco direto a área da costura;
- Levantamento do pé calcador até 4,5 mm, permite costurar tecidos em diversas camadas;

1 máquina para acabamento Fashion modelo 9836, da marca Singer, a R\$ 345,00;



- 52 funções de costura sendo: costura reta central, costura reta à direita, costura ziguezague 1,5 mm, aplicação monograma, ponto ric-rac, ponto invisível, ponto tipo overloque, ponto elástico "M", multi-ponto ziguezague, ponto elástico de alinhavo, ponto crescente, ponto dominó, ponto coroa e ponto fagote;
- Caseador automático de 4 pessoas;
- Multi-ziguezague, específico para rebater elásticos. Faz pontos decorativos e flexíveis;
- Ponto tipo overloque, une e arremata ao mesmo tempo ( não corta);
- Sistema simplificado de passagem de linha e alça retrátil para transporte;
- Braço livre, facilita costuras tubulares.

1 máquina retas industriais modelo SS-18, da marca GEMSY a R\$ 625;



- Faz até 6000 pontos por minuto;
- Comprimento de ponta até 5 mm; e
- Lubrificação automática.

**54511 Móveis, equipamentos e utensílios**

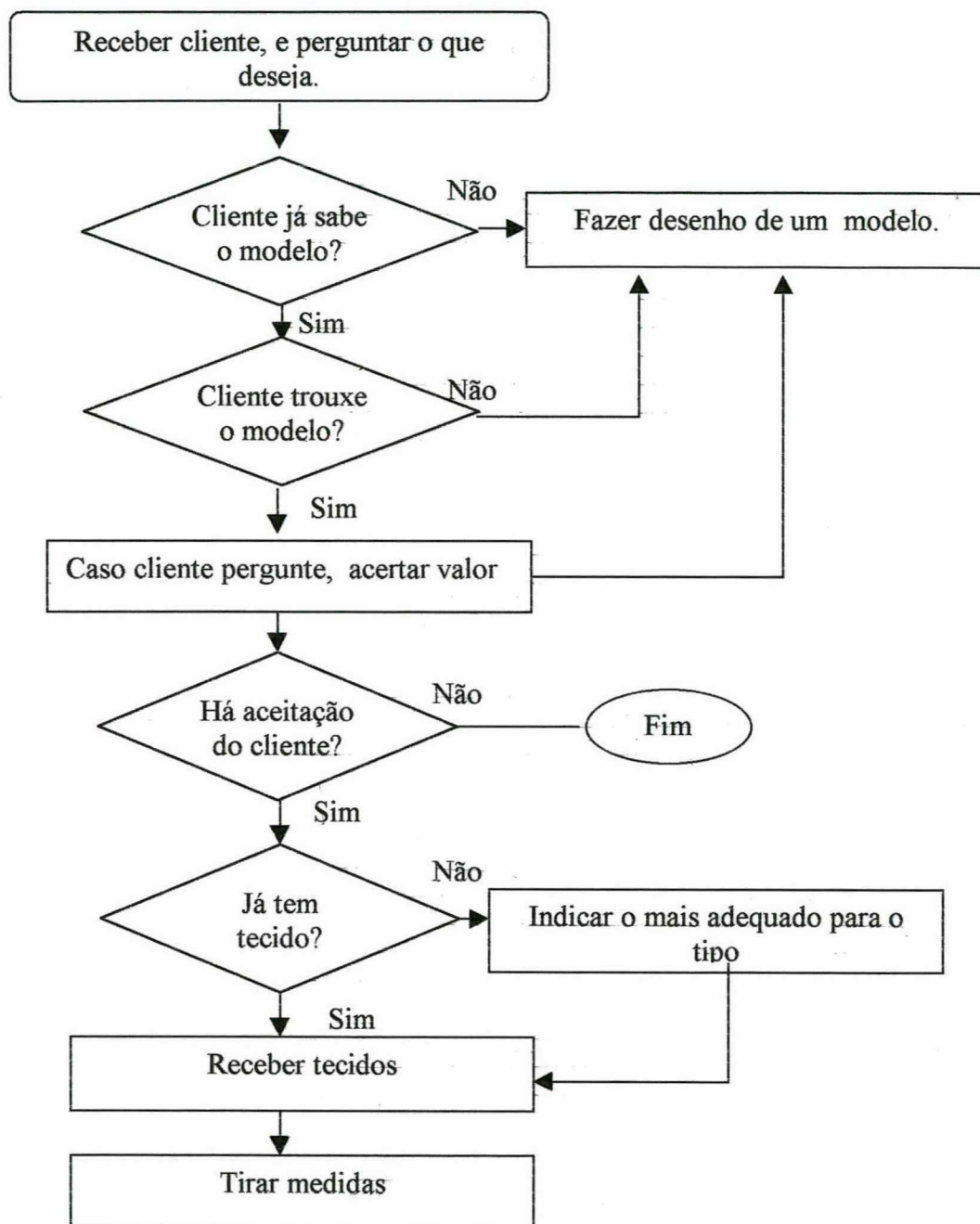
Especificações	QTD	VALOR (R\$)
Ferro a vapor	1	24,00
Tesouras (2 grandes)	2	15,00
Mesa de passar	1	35,00
Mesa de corte	1	150,00
Mesa para máquina de acabamento	1	50,00
Mesa de mármore (para recepção)	1	200,00
Cadeiras (2 para recepção 3 para produção)	5	150,00
Sofá	1	180,00
Cesta para revistas	1	20,00
Espelho grande	1	100,00
Provador (ferro e cortina)	1	100,00
Fitas métricas	2	4,00
Suporte de linha	1	40,00
Cabides	40	30,00
Giz	5	5,00
Caixas de alfinetes	5	11,00
Agulhas de diversos tamanhos	15	8,00
Fichário (agenda para anotar dados dos clientes)	1	2,00
Máquinas de calcular	1	10,00
Embalagens de papelão	20	50,00
Sacolas	20	10,00
TOTAL		1194,00

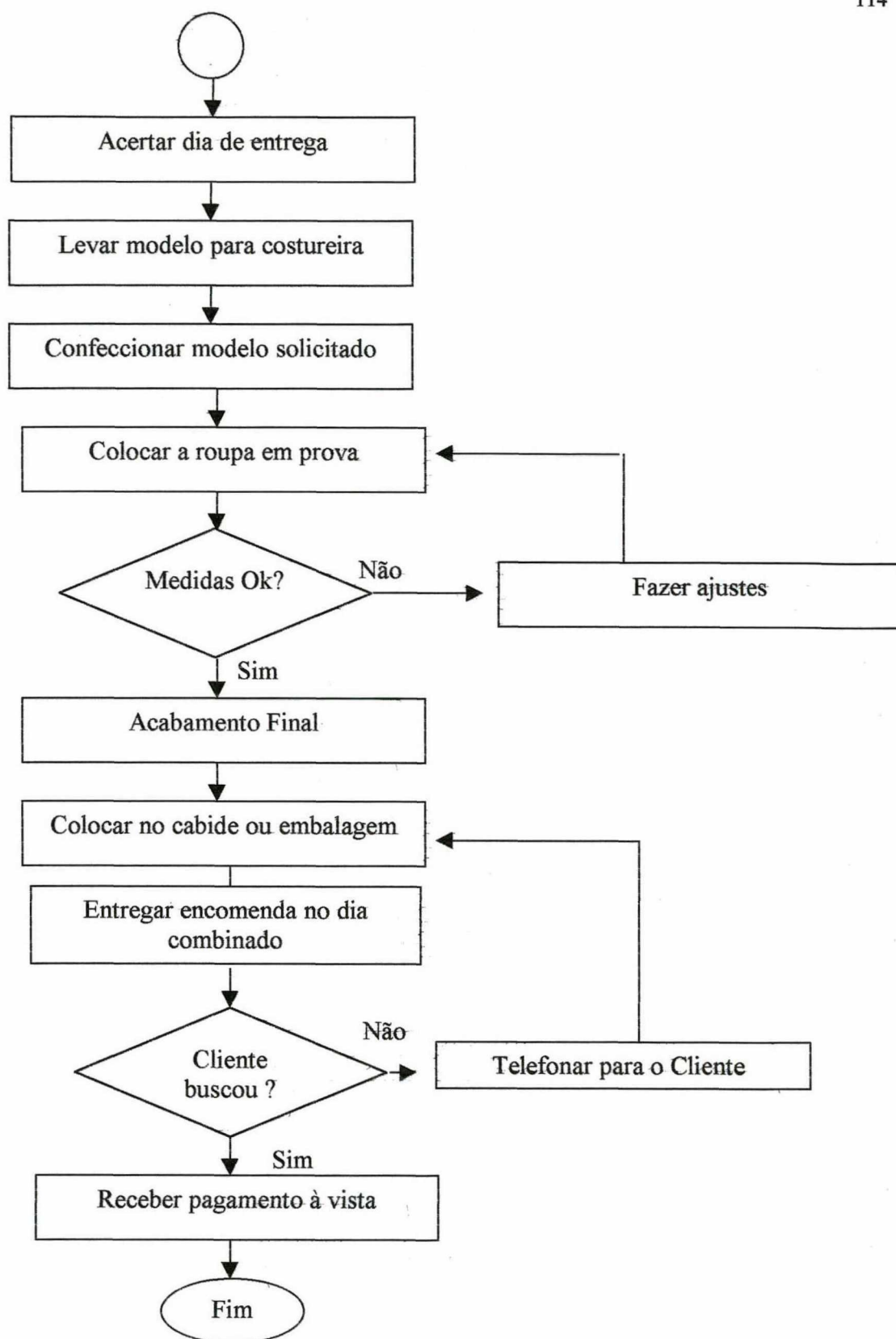
**54512 Matérias-primas**

Rolo de entretelas (25 m)	1	122,50
Rolos de elástico fino e rolos de elástico grosso	100 m	12,25
Pares de ombreiras	50	30,00
Rolos de linha de cores diversas	60	103,00
Zíper de diversos tamanhos e cores	40	15,00
Botões diversos	100	60,00
TOTAL		342,75

Obs.: Estas quantidades acima citadas de matérias-primas, não são do primeiro mês, pois neste período a empresa ainda não terá muitos clientes. Assim, a quantidade indicada será uma média prevista para quando a empresa estiver operando normalmente. Conforme a necessidade, serão compradas novas matéria-primas.



**5452 Fluxograma do processo produtivo**



## 5453 Lay-Out



Escala: 1:50



## **546 Aspectos Ambientais**

As sobras de tecido serão doadas à instituições de caridade, para que estas possam transformá-las em colchas, almofadas, e diversos outros produtos. Com isso, poderão vendê-los e obter renda um pouco maior.

Será colocada na recepção uma placa alertando os clientes e funcionários para que não fumem no local, por ser desagradável, prejudicial a saúde e causar mau cheiro nas roupas.

Quanto aos outros fatores que interferem no ambiente, não existem maiores danos causados pelas atividades da empresa.

**547 Aspectos Financeiros****5471 Investimento inicial**

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Máquinas	1670,00
Móveis, equipamentos e utensílios	1194,00
Linha telefônica	50,00
Despesas de registro	320,00
Home-page	30,00
Total	3264,00

<b>CAPITAL DE GIRO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Caixa e banco	1000,00
Estoque de matérias-primas	342,75
Total	1342,75

<b>CUSTOS FIXOS MENSAIS</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Pró – labore ( 3 x R\$ 400,00 )	1200,00
INSS Lei 9876/99 (20 %)	240,00
Marketing	100,00
Honorários do contador	70,00
Aluguel da sala comercial	300,00
Condomínio e IPTU	140,00
Depreciações dos móveis administrativos	3,83
Depreciações das máquinas e móveis da produção	18,88
<b>Total</b>	<b>2072,71</b>

<b>TOTAL DO INVESTIMENTO INICIAL</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Investimento fixo	3264,00
Capital de giro (caixa + estoque inicial)	1342,75
Despesas (fixas + variáveis)	2537,21
<b>Sub-total</b>	<b>7143,96</b>
Imprevistos (5%)	357,20
<b>Total</b>	<b>7501,16</b>

Obs.: estes cálculos totalizam o montante necessário para montar a empresa, incluindo o capital necessário para cobrir os custos e despesas para o primeiro mês de funcionamento, além de garantir um estoque de matéria-prima inicial (incluído no capital de giro).

<b>CUSTOS MENSAIS VARIÁVIES</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>Matérias – primas</b>	239,50
<b>Giz</b>	5,00
<b>Sacoias e embalagens</b>	30,00
<b>Energia</b>	120,00
<b>Telefone</b>	50,00
<b>Materiais de limpeza / manutenção</b>	10,00
<b>Materiais de escritório</b>	10,00
<b>Total</b>	464,50

Obs.: As despesas e custos variáveis oscilam de acordo com as necessidades mensais. Os valores expressos acima são uma média estimada para um mês de operação.

<b>DEPRECIAÇÕES MENSAIS</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>Máquinas, Móveis do departamento produtivo</b>	18,88
<b>Móveis administrativos</b>	3,83
<b>Total</b>	22,71

**5472 Projeção de vendas**

Receita por produto – previsão pessimista (60% da capacidade produtiva)

<b>PRODUTO</b>	<b>Qtd</b>	<b>Preço</b>	<b>Valor</b>
Saia curta com forro	3	30,00	90,00
Saia curta sem forro	3	30,00	90,00
Saia longa com forro	3	30,00	90,00
Saia longa sem forro	3	30,00	90,00
Vestido reto	5	45,00	225,00
Vestido longo	7	55,00	385,00
Vestido para festa	6	120,00	720,00
Camisola	1	45,00	45,00
Calça feminina	6	35,00	210,00
Calça masculina	1	45,00	45,00
Blazer feminino	9	55,00	495,00
Blazer masculino	1	65,00	65,00
Camisa feminina	6	35,00	210,00
Camisa masculina	5	40,00	200,00
Sobretudo	3	80,00	240,00
Bermuda	6	35,00	210,00
Vestido de Noiva	1	180,00	180,00
<b>Total</b>	<b>69</b>		<b>3590,00</b>

Receita por produto – previsão realista (80% da capacidade produtiva)

<b>PRODUTO</b>	<b>Qtd</b>	<b>Preço</b>	<b>Valor</b>
Saia curta com forro	4	30,00	120,00
Saia curta sem forro	4	30,00	120,00
Saia longa com forro	4	30,00	120,00
Saia longa sem forro	4	30,00	120,00
Vestido reto	6	45,00	270,00
Vestido longo	10	55,00	550,00
Vestido para festa	8	120,00	960,00
Camisola	1	45,00	45,00
Calça feminina	8	35,00	280,00
Calça masculina	2	45,00	90,00
Blazer feminino	12	55,00	660,00
Blazer masculino	2	65,00	130,00
Camisa feminina	8	35,00	280,00
Camisa masculina	6	40,00	240,00
Sobretudo	4	80,00	320,00
Bermuda	8	35,00	280,00
Vestido de Noiva	1	180,00	180,00
<b>Total</b>	<b>92</b>		<b>4765,00</b>



Receita por produto – previsão otimista (100% da capacidade produtiva)

<b>PRODUTO</b>	<b>QTD.</b>	<b>Preço</b>	<b>VALOR</b>
Saia curta com forro	5	30,00	150,00
Saia curta sem forro	5	30,00	150,00
Saia longa com forro	5	30,00	150,00
Saia longa sem forro	5	30,00	150,00
Vestido reto	8	45,00	360,00
Vestido longo	12	55,00	660,00
Vestido para festa	10	120,00	1200,00
Camisola	1	45,00	45,00
Calça feminina	10	35,00	350,00
Calça masculina	2	45,00	90,00
Blazer feminino	15	55,00	825,00
Blazer masculino	2	65,00	130,00
Camisa feminina	10	35,00	350,00
Camisa masculina	8	40,00	320,00
Sobretudo	5	80,00	400,00
Bermuda	10	35,00	350,00
Vestido de Noiva	1	180,00	180,00
<b>Total</b>	<b>114</b>		<b>5860,00</b>

**5473 Demonstração do resultado mensal projetado**

Contas / Previsão em R\$	Pessimista	Realista	Otimista
a) Receita de Vendas	3590,00	4765,00	5860,00
b) Custos Variaveis	348,38	464,50	575,58
c) Custos Fixos	2072,71	2072,71	2072,71
d) Custo Total (b+c)	2421,09	2537,21	2648,29
e) Lucro Operacional (a-d)	1168,92	2227,79	3211,71
f) Simples ( 3% * a)	107,70	142,95	175,80
g) Lucro Liquido (e-f)	1061,22	2084,84	3035,91
h) Margem de Contribuição (a-b)	3241,63	4300,50	5284,42
i) Itens produzidos em unidades	69,00	92,00	114,00
j) Custo Variável Unitário (b/i)	5,05	5,05	5,05
l) Preço médio de Venda por unidade (a/i)	52,03	51,79	51,40
m) Ponto de Equilibrio em R\$ [ c/ 1 – ( j / l ) ]	2296,50	2296,50	2296,50
n) Lucratividade % ( g/a * 100 )	29,56	43,75	51,81

$$PE = CF / (RT - CV) * 100 = 2072,71 / ( 4765,00 - 464,50 ) * 100$$

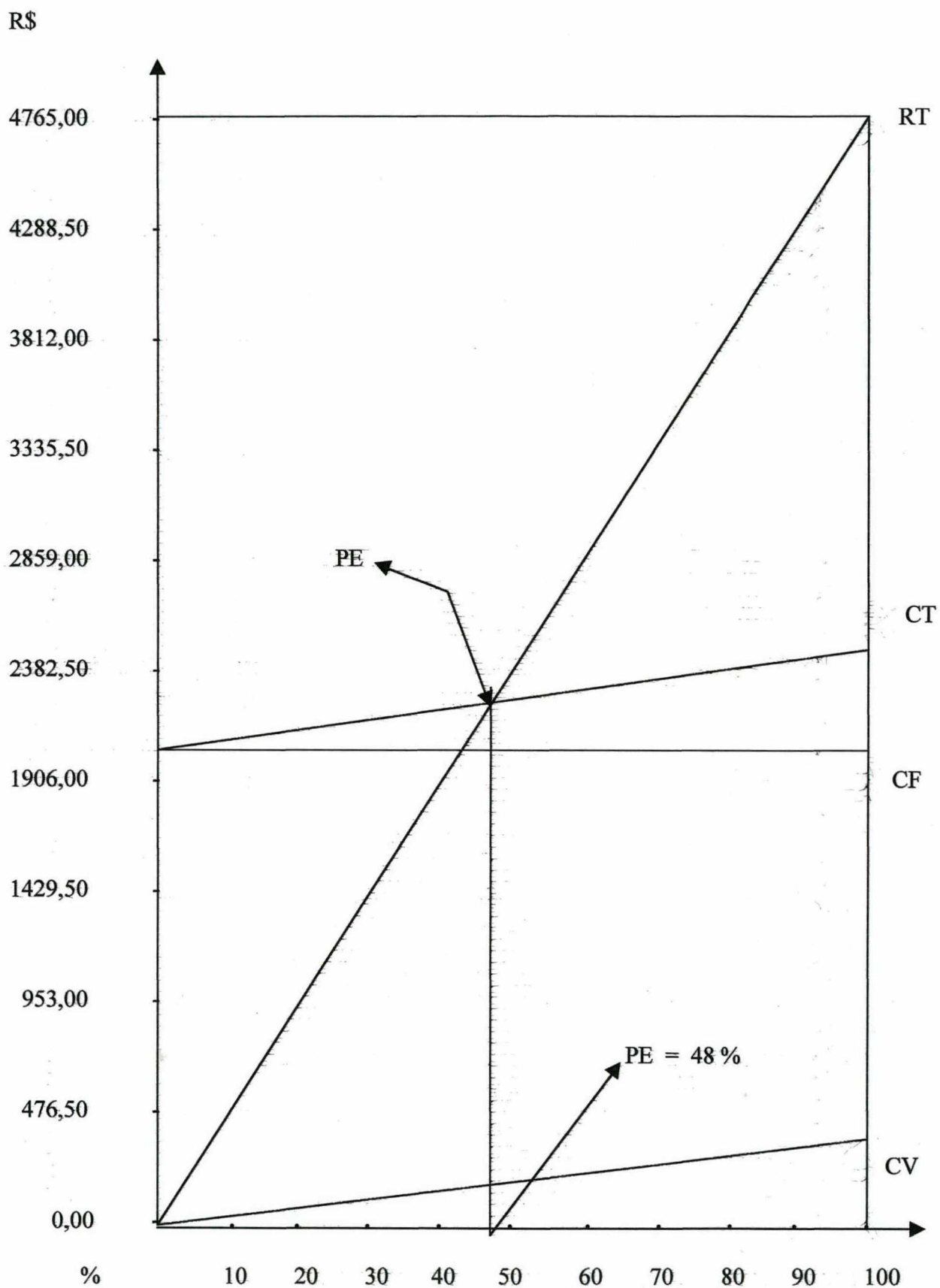
$$PE = 48,20 \%$$

$$\text{Ora, PE em reais R\$} = 48,20\% * RT (\text{realista}) = 2296,50$$

Obs.: Cálculo do item ( m ) , fórmula do livro MATHUR, página 43.



### Gráfico do Ponto de Equilíbrio



**5474 Taxa e prazo de retorno do investimento**

O resultado da atividade está relacionado ao capital aplicado, e é calculado pela relação abaixo:

$$\text{Taxa de retorno} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Capital investido}} = \frac{2084,84}{7501,16}$$

Neste caso, a taxa de retorno do investimento é de 28 %.

$$\text{Prazo de retorno} = \frac{\text{Capital Inicial}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{7501,16}{2084,84}$$

Este resultado aponta que o capital inicial investido no empreendimento será recuperado em aproximadamente 04 meses.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.

O desenvolvimento deste estudo, teve como intenção principal, identificar e analisar informações junto ao ambiente, de modo a reduzir a insegurança e os riscos que caracterizam o processo decisório para a implantação de uma empresa de Alta Costura na Grande Florianópolis.

A pesquisa junto aos concorrentes, levou-nos à conclusão de que a atividade de Alta costura destaca-se pela forte dependência dos recursos humanos envolvidos, não exigindo a princípio, grandes investimentos em máquinas e instalações. Seu apelo de venda, constitui-se basicamente de conhecimento e qualidade dos produtos oferecidos, sendo este, auferido através da experiência do estilista. A empresa disporá inicialmente de 2 costureiras com excelente experiência técnica. Sendo que o terceiro sócio (Vanilde) cuidará da parte administrativa, algo que foi observado nulo ou deficiente nas empresas concorrentes pesquisadas. Inicialmente, concentrará suas atenções para conquista de clientes, com divulgação na internet através de uma home-page, anuncios do diário catarinense e rádios locais.

Em relação ao mercado consumidor, a empresa atenderá pessoas de todas as idades e de ambos os sexos, que desejam principalmente roupas de alta costura, sob medida, personalizadas e de qualidade.

A estrutura enxuta e o fator localização, propiciam à empresa, operar com preços na media do mercado, o que pode ser considerado extremamente competitivo e adequado, dados os preços praticados pela concorrência, sendo assim, um agente facilitador para penetração e fixação no mercado. Desta forma, acredita-se reduzir os efeitos negativos da não procura inicial pelo clientes, pois a empresa trabalhará com fulcro na qualidade e bom atendimento.

A empresa entrará no mercado com nível de estrutura próximo à Mary Atelier de Alta Costura, considerada na pesquisa como modelo de qualidade e

bom atendimento, além de ser muito procurada por seus clientes. Este *Benchmarking* caracteriza-se pela opção inicial dos sócios em relação aos fatores financeiros e por considerar que as demais empresas classificadas em Ateliê de costura apresentam vários pontos negativos que devem ser eliminados.

Dispondo de uma capacidade realista de operação (80% da capacidade produtiva), o projeto apresenta um limite de faturamento na razão de R\$ 4765,00, e respectivamente, um lucro de R\$ 2227,79. Apesar de não serem elevados, estes níveis são considerados satisfatórios, dado o montante de investimento inicial requerido pelo projeto (R\$ 7501,16) não ser elevado. Entretanto, o limite máximo de lucro poderá ser elevado no decorrer da vida da empresa, em função do aumento da demanda. Fator este que acontecerá pelo compromisso de qualidade os produtos pela empresa Costurart.

Com um investimento inicial na monta de R\$ 7501,16, e índices de lucratividade nos níveis já apresentados, o capital investido, que teve seu retorno calculado, será reavido em 4 meses, um comportamento que supera as expectativas dos proprietários e é considerado altamente satisfatório para o empreendimento proposto.

Some-se aos aspectos econômicos e financeiros acima apresentados, a tendência das pessoas de sempre andarem na moda e procurarem roupas exclusivas, ao conhecimento dos pontos fortes e fracos da concorrência, além da necessidade de competitividade, que tem pressionado as empresas a efetuarem constantes adequações de suas estruturas, ao compromisso de qualidade e muita força de vontade por parte dos sócios, aos conhecimentos técnicos das duas sócias e vontade de aplicar os conhecimentos adquiridos no Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina pelo terceiro sócio, pode-se presumir que no futuro, o projeto ora idealizado, encontrará largo campo de trabalho.

E, por ver alcançados os objetivos propostos, damos por concluído o presente trabalho, decidindo por sua plena viabilidade econômica e financeira.



## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMERENO, Spencer Luís Costa. **Elaboração e análise de projetos econômicos**. 1ed. São Paulo: Atlas, 1977.

CERVO, <sup>a</sup> L., BERVIAN, P. <sup>a</sup> Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários. 3. Ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1983.

CHIAVENATO, Idalberto. **Vamos abrir um novo negócio?** . São Paulo : Makron Books, 1995.

COSTA, Jane Iara Pereira da. **Marketing**: noções básicas. Mimeo, [s.e. ; s.d]

DORFLES, Gillo. **A Moda da Moda**. Lisboa – PORTUGAL: Edições 70, 1988.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 3 ed. São Paulo ; Atlas, 1991.

HOLANDA, Nilson. **Elaboração e avaliação de projetos**. Rio de Janeiro: Apec, 1968.

\_\_\_\_\_. **Planejamento e projetos**: uma introdução às técnicas de planejamento e elaboração de projetos. 1 ed. Rio de Janeiro: Apec, 1975.

KALIL, Gloria. **Chic Homem**: manual de moda e estilo. 5 ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1998.

LAVER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MACHILINE, Sá Motta & SHOEPS, Weil. **Manual de Administração da Produção.**

Rio de Janeiro: FGV, 1971. V.1

MATHUR, Iqbal. **Introdução à Administração Financeira.** Rio de Janeiro: LTC, 1984.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing:** metodologia, planejamento, execução e análise. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1994.

OLIVEIRA, Djalma de P. Rebouças de. **Planejamento estratégico:** conceito, metodologia e práticas. 9 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

PASSOS MIRANDA, G. I. Mar-Dowell dos. **Organização e Métodos.** 6. Ed. São Paulo: Atlas, 1985 .

SANVICENTE, Antônio Zoratto. **Administração Financeira.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

SIMONSEN, Mário Henrique; FLANZER, Henrique. **Elaboração e análise de projetos.** 1 ed. São Paulo: Sugestões Literárias S/A, 1974.

SOLOMON, Morris J.; EDIN, Osmar. **Análises de Projetos.** 4 ed. Apec, 1969.

VICENTE-RICARD, Françoise. **As espirais da Moda.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

WOILER, Sansão; MATHIAS, Washington franco. **Projetos:** planejamento, elaboração e análise. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1985.

**81 Anexo I****QUESTIONÁRIO PARA O MERCADO CONCORRENTE**

Prezado(a) Senhor(a),

O presente questionário é parte de um estudo desenvolvido por aluno do curso de Administração de Empresas da Universidade Federal de Santa Catarina, e visa identificar informações necessárias para o projeto de pesquisa, com a finalidade acadêmica de analisar a viabilidade econômico-financeira de um ateliê de alta-costura.

Empresa:

Endereço:

Telefone:

Entrevistado:

1- Quanto tempo a empresa esta no mercado? \_\_\_\_ anos

2- Quem e quais são os clientes potenciais? Lugares onde moram?

3- Com que frequencia os clientes procuram o ateliê?



4- Quais os tipos de roupas mais fabricados?

5- Quais as quantidades produzidas por mês, por tipo de roupa, e preço adotado?

Tipo	Quantidade	Preço
✎ Saia curta com forro		
✎ Saia curta sem forro		
✎ Saia longa com forro		
✎ Saia longa sem forro		
✎ Vestido reto (tubinho)		
✎ Vestido longo		
✎ Vestido para festa		
✎ Camisola		
✎ Calça feminina		
✎ Calça masculina		
✎ Blazer feminino		
✎ Blazer masculino		
✎ Camisa feminina		
✎ Camisa masculina		
✎ Sobretudo (casacão comprido)		
✎ Bermuda (modelo de calça)		
✎ Vestido de noiva tradicional		

6- Qual o tipo de roupa mais difícil de fazer?

7- Como o cliente informa o modelo de roupa que deseja?

8- Existe um estilista no ateliê que desenha os modelos? (\_\_\_\_) sim (\_\_\_\_) não

9- Quantos funcionários tem? Não quis informar por achar comprometedor

10- Qual o salário pago as costureiras? Costureira R\$ \_\_\_\_\_  
Auxiliar R\$ \_\_\_\_\_

11- Existe planejamento de Recursos Humanos? (\_\_\_\_) sim (\_\_\_\_) não

12- Quais os meses de pico, onde aumenta a procura por costura ?

13- Existe planejamento de Marketing? (\_\_\_\_) sim (\_\_\_\_) não. Como é feito?

14- Quais e quantos equipamentos (maquinas) são utilizados?

15- A empresa utiliza informática? (\_\_\_\_) sim (\_\_\_\_) não. Especificar

16- Existe controle financeiro? (\_\_\_\_) sim (\_\_\_\_) não. Quem o faz ? Como?

17 – O lay-out atual satisfaz as necessidades da empresa?

18- Qual faturamento bruto mensal? R\$ \_\_\_\_\_

19- Conhece todos os custos? (\_\_\_\_) sim (\_\_\_\_) não

20- Qual o local da compra da materia prima?

21- Conhece o preço dos produtos dos concorrentes?

22 – Sugestões





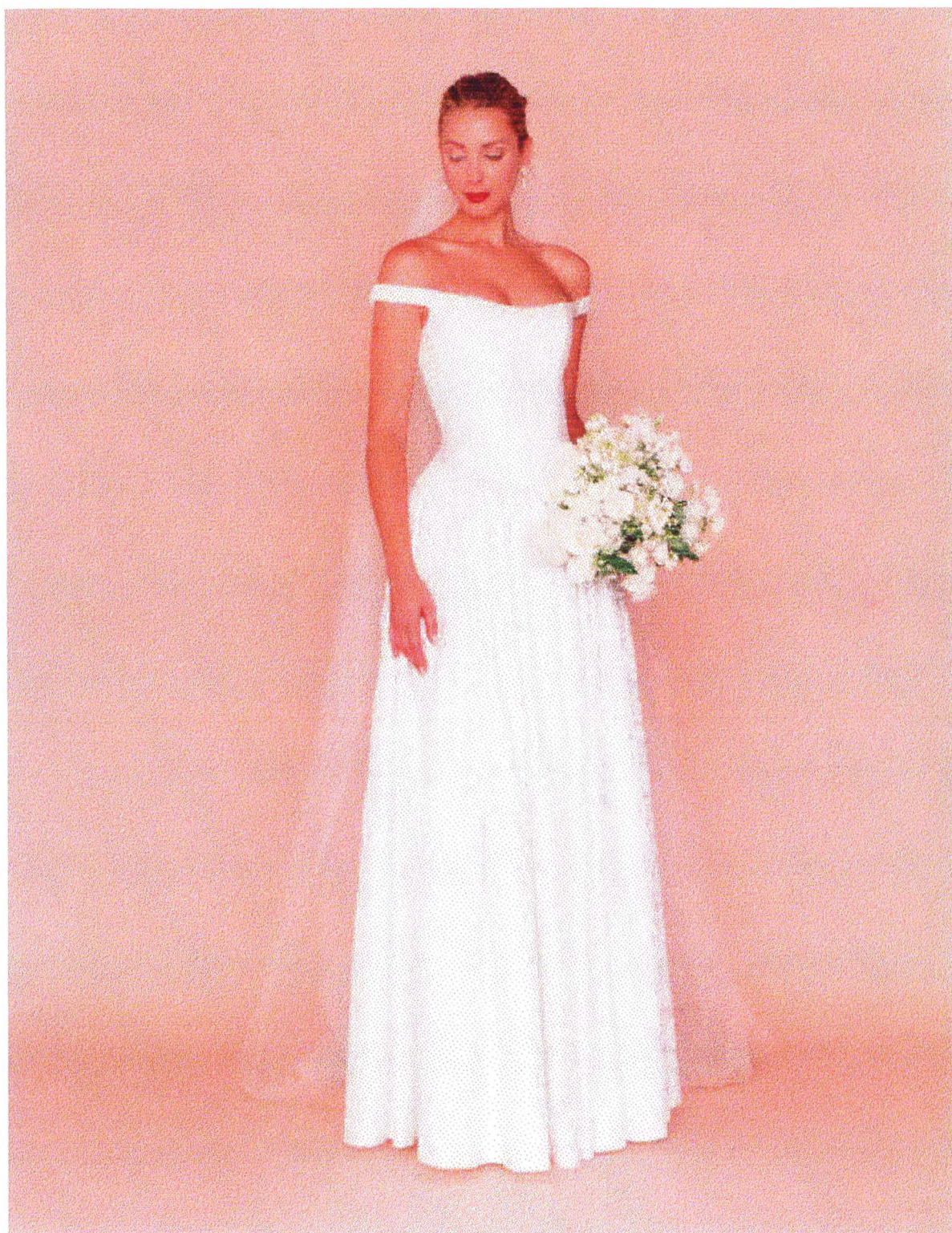




## VESTIDO DE NOIVA

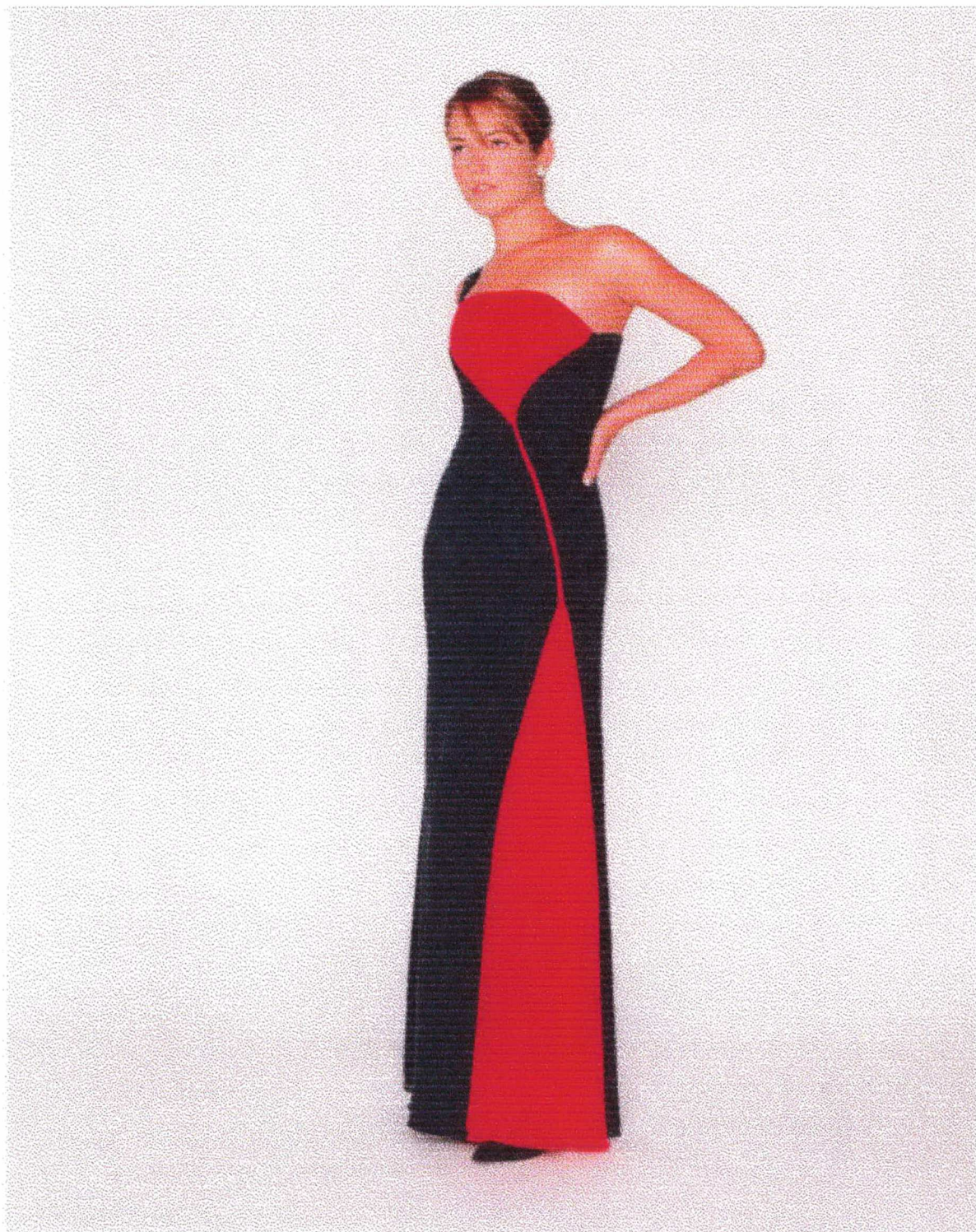








## VESTIDO PARA FESTA





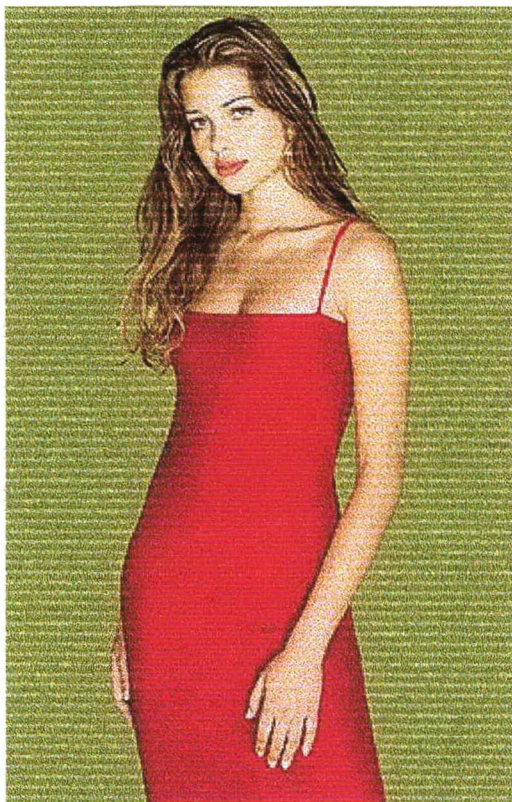








## ROUPAS PARA O VERÃO



TRAJE SOCIAL

